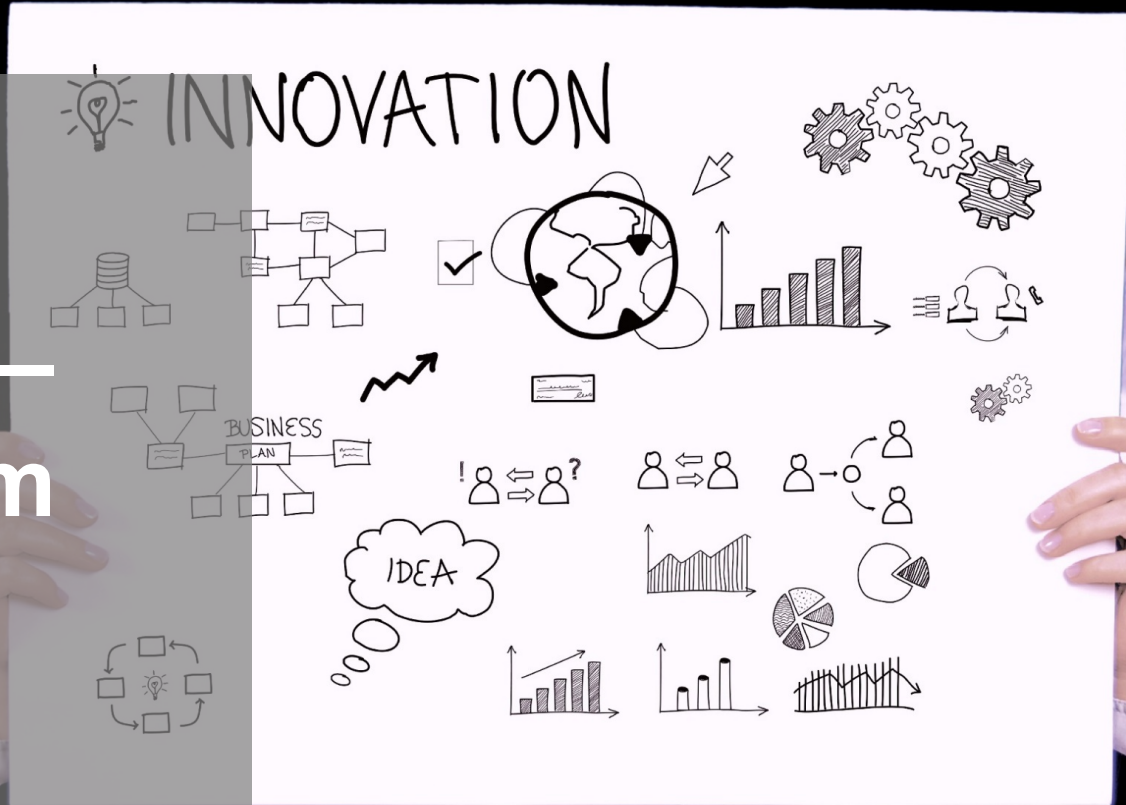
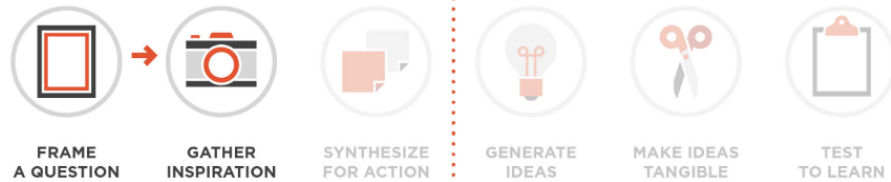


Observation – Learning from Extremes

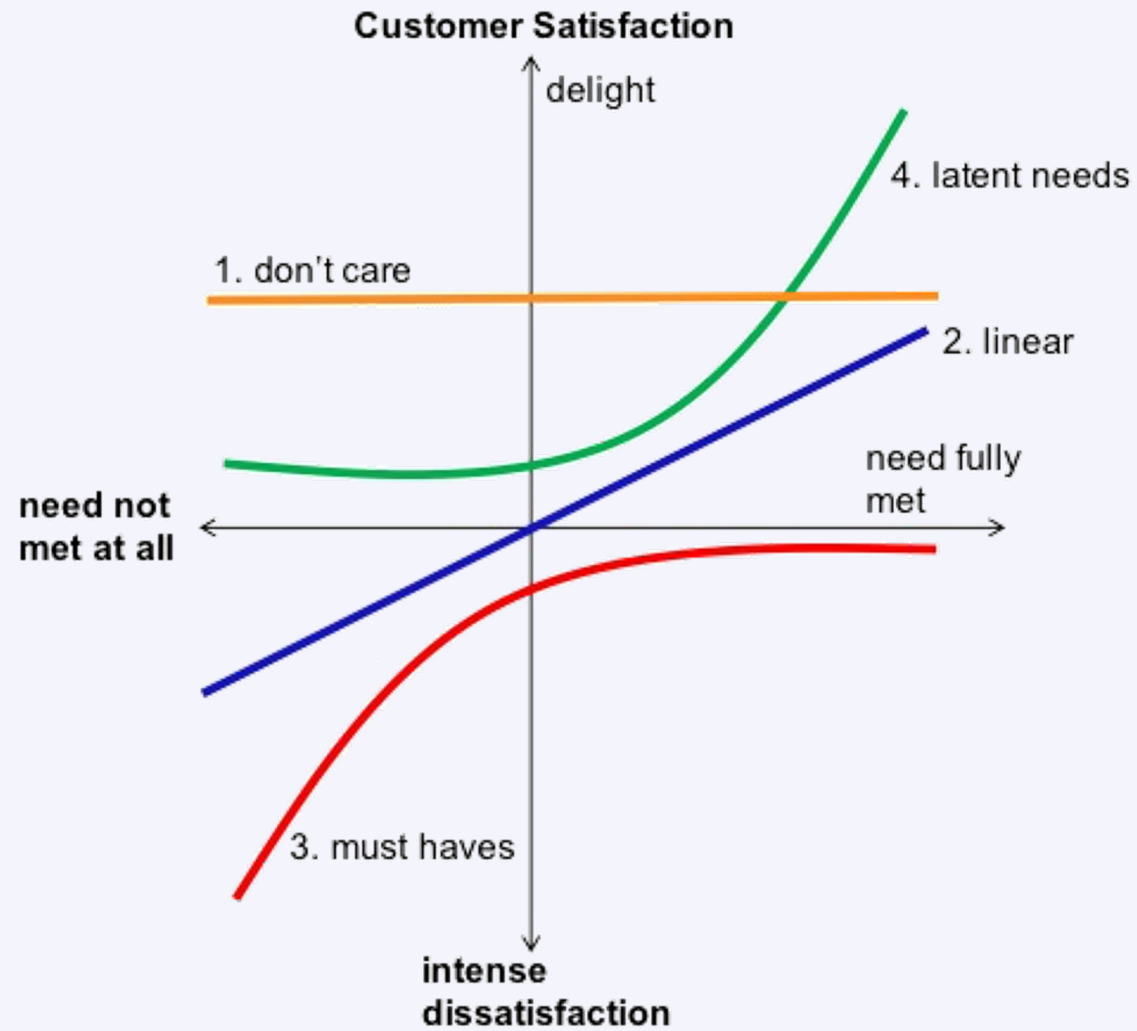


Getting Inspiration



Simply asking users what they'd like rarely yields inspiration for radically new concepts.

What kind of user needs we are looking for



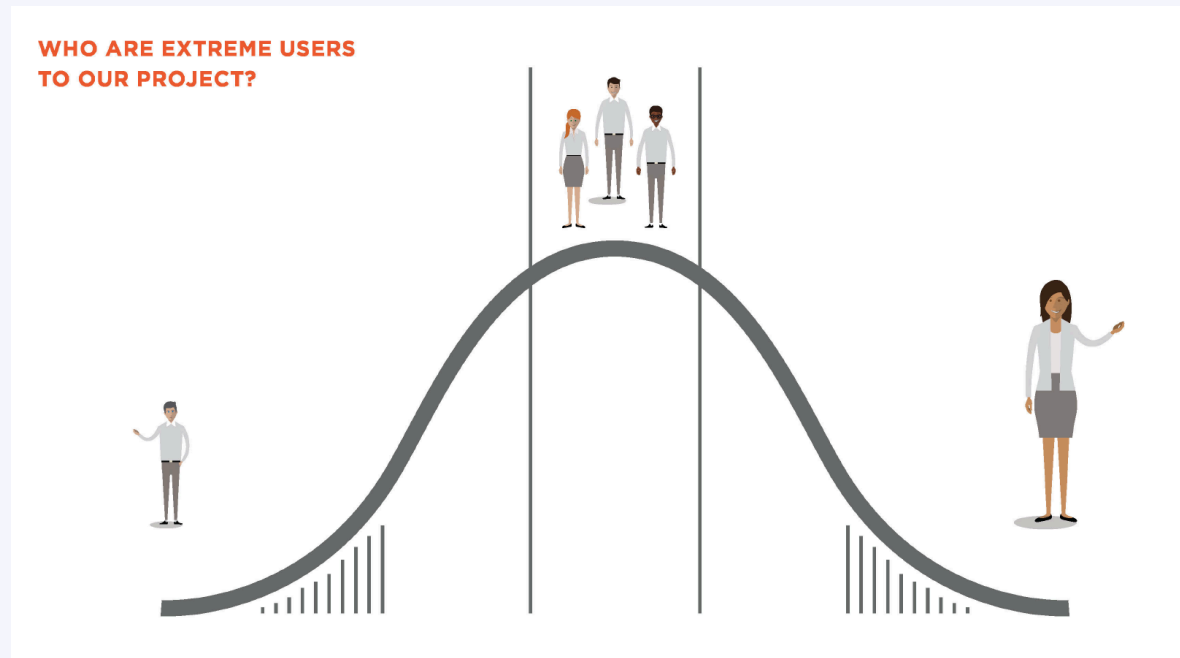
Design Thinking Experts

Getting Inspiration



Who

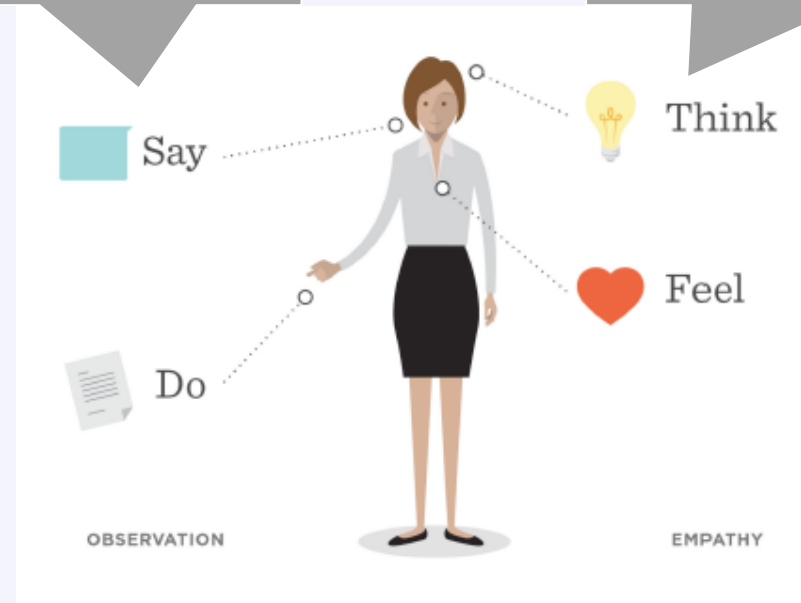
Inspiration from whom



Identify Analogous users, based on

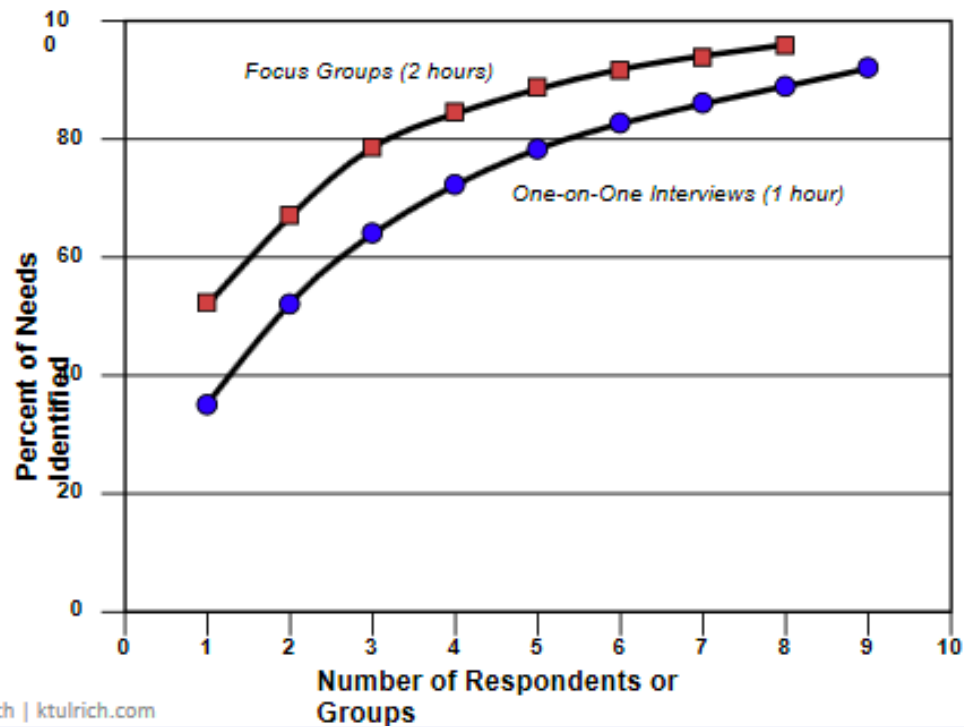
Activities, Systems,
Spaces

Emotions



Inspiration: how many users

Connect with Users – How Many?



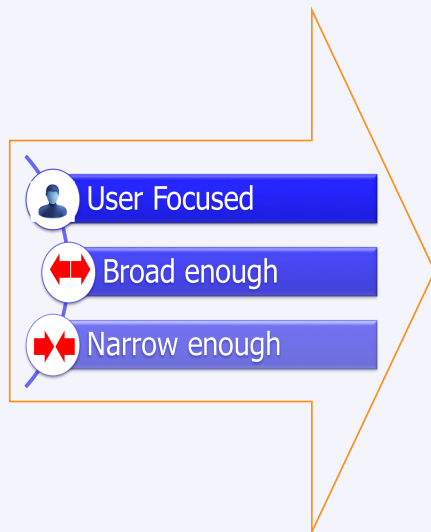
Source:

Griffin, Abbie and John R. Hauser. "The Voice of the Customer," *Marketing Science*. vol. 12, no. 1, Winter 1993.

Practice: identify extreme & analogous users

Original challenge

Πως θα μπορούσαμε να αξιοποιήσουμε την τεχνολογία στο Personal Banking;



Πως θα μπορούσαμε να παρέχουμε στους affluent πελάτες την δυνατότητα να επιλέγουν και να παίρνουν αποφάσεις, βάσει αποκλειστικά των δικών τους αναγκών;

Extreme users observation (Personal Banking)

1. Affluent νεαροί ηλικιακά vs ηλικιωμένοι
2. Affluent συνταξιούχος vs Επιχειρηματίας ή Στέλεχος επιχείρησης
3. Affluent πελάτης εξοικειωμένος με τεχνολογία vs μη-εξοικειωμένος
4. Επενδυτής που παίζει μόνος του στο Χρηματιστήριο
5. Affluent που συνεργάζεται μόνο με εταιρεία Asset Management εκτός Ελλάδας
6. Affluent που παίρνει άμεσα αποφάσεις (με την 1^η πρόταση)
7. Affluent αναποφάσιστος (που θα πάρει την απόφαση μετά από πολλές συναντήσεις ή και καμία απόφαση)
8. Affluent που τον βλέπουν πολύ συχνά (ίσως και με δική του πρωτοβουλία) vs πελάτης που τον βλέπουν σχεδόν καθόλου
9. Τυφλός affluent πελάτης ή επενδυτής

Analogous users observation (Personal Banking)

Διερεύνηση
επιλογών

Αξιολόγηση
επιλογών

Απόφαση

1. Γιατρός / Χειρουργός
2. Δικαστής
3. Διαιτητής
4. Πιλότος
5. Επενδυτής real estate
6. Κτηματομεσίτης
7. Broker
8. Αρχιτέκτονας
9. Αγοραστής σε εταιρεία (τμήμα προμηθειών)
10. Συλλέκτης / αγοράζει από δημοπρασίες
11. Κάποιος που πρόσφατα αγόρασε σπίτι / αυτοκίνητο
12. Παίκτης σε στοιχήματα (π.χ. Online)
13. Εκπρόσωπο εταιρείας online betting (π.χ. Stoiximan)
14. Ασθενής, για επιλογή γιατρού (για επέμβαση)
15. Τυφλός
16. Κάποιος που επιλέγει σπουδές ή σύμβουλος σπουδών
17. On-line shoppers

Συναίσθηματα

Αβεβαιότητα

Ευθύνη λήψης
απόφασης

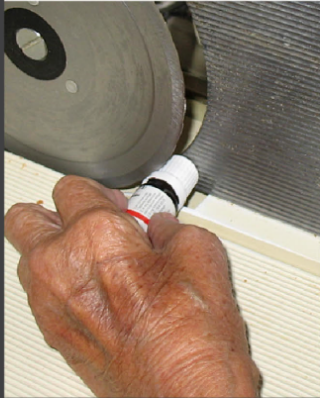
Getting Inspiration



What

Search for What

Workarounds & Adaptations



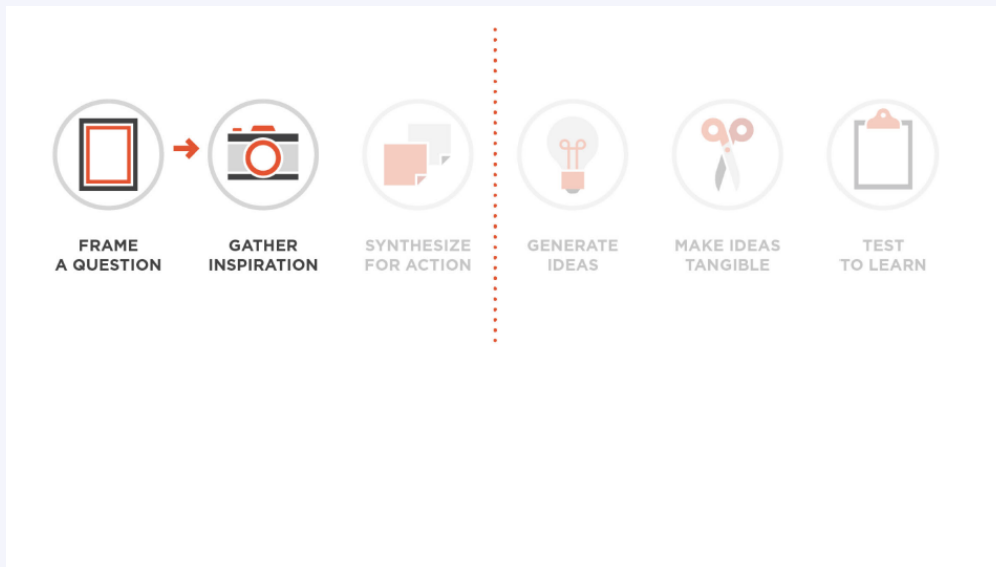
Things People Care About



Surprises



Getting Inspiration



How

Tips for the interview

- Ask open questions
 - Start with questions that can be easily answered
 - Avoid binary or closed questions

- Show me ... Use the photos you got

- Deepen
 - 5 Whys
 - Ask “naïve” questions
 - Do not be afraid of silence, give them time to think
 - Stay neutral: do not judge, confront, pre-answer one answer

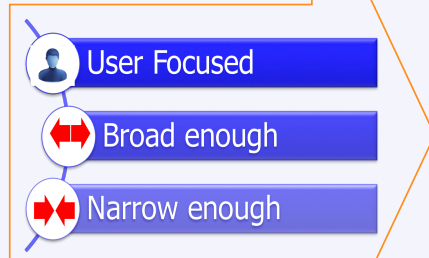
- Keep detailed notes

- Take pictures, videos whenever you are permitted to

Practice: identify extreme & analogous users

Original challenge

Μεταφορά στα εναλλακτικά δίκτυα των πελατών που επισκέπτονται το ταμείο για συναλλαγές (αναλήψεις/πληρωμές) ;



Πως θα μπορούσαμε να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες των πελατών (...) για συναλλαγές, μέσω των εναλλακτικών δικτύων;

Extreme & Analogous users observation (Ε/Δ)

1. Πελάτες εναλλακτικών νεαροί ηλικιακά vs ηλικιωμένοι
2. Πελάτες που χρησιμοποιούν σχεδόν αποκλειστικά Ε/Δ (e-banking, phone, ATM) vs Πελάτες που δεν τα χρησιμοποιούν ποτέ
3. Πολυάσχολος πελάτης με περιορισμένο χρόνο vs Συνταξιούχος/ εισοδηματίας (με άφθονο ελεύθερο χρόνο)
4. Πελάτης που δεν μιλάει την γλώσσα
5. ΑΜΕΑ πελάτης (δυσκολία πρόσβασης)
1. Πελάτες anytime/hellas direct
2. Εκπρόσωπος anytime/hellas direct
3. Καταναλωτή που παραγγέλνει ηλεκτρονικά από supermarket
4. Καταναλωτή ηλεκτρονικών αγορών/παραγγελιών
5. Αγορά εισιτηρίων ηλεκτρονικά (θέατρο, τρένο, ταξίδια, αθλητισμό).
6. Πελάτη taxibeat vs πελάτη που κλείνει ταξί μέσω τηλ. κέντρου

Thank you

