

## 人物誌

### What 什麼是人物誌？

人物誌也稱為使用者原型(user archetypes)，是以真正的使用者為對象，蒐集完整的田野調查資料製作而成，將使用者的共同行為集結成有意義且相關的人物描述，藉此提供理想的解決方案。這種方法的人物描述能夠促進同理心與溝通，利用這種角色描寫，建構使用者的樣貌細節，主要在呈現特定目標使用族群的使用情境或體驗，讓團隊能夠將自己放在使用者的方向去思考，以此為根基設計出符合使用者需求之產品。

目標

簡介

性別/年齡  
職業/行為特徵

需求者樣貌

人物誌

需求者樣貌：

性別：  
年齡：  
職業：  
行為特徵：

簡介：

目標：

### Why 為什麼要使用人物誌？

人物誌所描述的角色，可以協助團隊專注設計目標，制定準確的設計策略或創意發想，避免設計者以自己作為使用者做思考，或將目標放在不相關的對象上。已經建立的完整人物誌資料，可作為整個專案過程的長期參考，與客戶溝通研究結論與設計方案時，也能作為有說服力的人物參考。

### When 什麼時候使用人物誌？

不同的設計階段皆可使用

1. 初期：假設和驗證，設計目標存不存在、設計方向有無偏差
2. 中期：保持設計方向
3. 後期：驗證產品是否符合需求

### **How 怎麼使用人物誌？**

**準備材料：**

A4 人物誌表單、鉛筆、原子筆、便利貼

**預估操作時間：**一個人物 10-15 分鐘，製作 2-3 個類型，約 30-45 分鐘 (收集使用者資料的前置作業需花費較多時間，在此並沒有估算準備資料的時間)

**理解概念：**

一個產品的人物誌不需要太多，3-5 個即可，包含：

1. 需求者樣貌 ( 人物類型、人物稱謂 )
2. 人物形象(容易幫助引導思考)找出最能呈現角色模樣的照片，或描述他/她的外觀，能建立角色真實感
3. 人物背景、態度：包括人物的性別、年齡、職業等
4. 人物行為特徵
5. 人物簡介(可以描寫一段人物的活動故事幫助情境發想)
6. 人物欲達成目標

詳細完整的人物檔案能有效幫助設計者發展出正確的產品。

**使用步驟：**

- ◆ **收集資料：**透過不同的方式蒐集使用者資訊、產品的互動關係人、產品與人的行為模式

- ◆ **歸納資訊**：找到明確的使用者，整理所蒐集的資料，從中篩選重要資訊，再將資訊做有系統的整理，定義人物誌原型
- ◆ **進行人物誌描述**：從角色的建立和描述中創造情境。角色的場景(行動在何處發生)、目標(角色希望達成什麼)、行動(達成目標的行動)，以及為達成目標遇到的困難與阻礙。
- ◆ **增加描述的細節**：定義最終需求的角色原型，勾勒人物誌角色個性，逐步完成人物誌的製作，並確認所有團隊成員皆同意角色的描寫和情境。
- ◆ **實際將人物誌運用到設計發想中**：團隊在使用人物誌時，應該熟知角色以及形塑這個角色的相關歸納資料。

**使用範例 (以 YouBike 為例)：**

**第一步**：首先蒐集 YouBike 的使用者資料，了解平常使用 YouBike 的使用者有哪些。

**第二步**：分析蒐集到的使用者資料，觀察他們的相似的地方，找出使用者的共通性並進行分類(可以用便利貼整理資料項目並進一步歸納)。

**第三步**：決定要製作幾個人物誌，從歸納出來的分類資料中建立角色雛形，討論角色細節並記錄到人物誌表單中，在討論過程中，角色輪廓會逐步成形。

**第四步**：完成的人物誌，可以在專案團隊中扮演幾乎真實存在的使用者角色，實際發揮作用。

目標	簡介	性別/年齡 職業/行為特徵	需求者樣貌	人物誌
<b>需求者樣貌：精力充沛新鮮人-Jeff</b>				
		<b>簡介：</b> <p>Jeff平常騎YouBike通勤上班，騎到停車點後還要再步行5分鐘到公司。身為剛進社會的新鮮人，Jeff覺得可以節省通勤費用又可以運動的Ubike是不錯的選擇，比較麻煩的是YouBike的借還車柱偶爾會出問題，一大早上班，租車的卡片失效就會覺得很緊張。</p> <p>偶爾中午想吃點不一樣的中餐，去遠一點的店家，Jeff也會跟同事一起騎YouBike去吃東西，因為騎YouBike的關係，才知道公司稍微遠的區域有些不錯的店家。</p>		
<b>性別：</b> 男 <b>年齡：</b> 23 <b>職業：</b> 上班族 <b>行為特徵：</b> 1. 平常有維持運動的習慣，上班都騎YouBike通勤 2. 不喜歡早上擁擠的公車和捷運 3. 節省通勤預算				
<b>目標：</b> 把YouBike作為主要代步工具。				

### 重點提示：

1. 製作人物誌需要以真實的使用者樣貌為基礎，避免刻板印象角色的想像。
2. 在製作人物誌時，應避免團隊設想自己作為使用者，盡量以真正使用者的立場思考。
3. 可以搭配生活型態分析、情境故事分析法使用。
4. 無法貼近使用者類型的人物誌，將無法發揮效用。
5. 說服團隊，讓團隊需相信人物誌的角色的存在，作為研發設計的基礎。

### 錯誤觀念：

1. 把自己當作使用者思考。
2. 以某一種類別來描述使用者，缺乏對於人物生活模式上的刻劃。
3. 對於使用者的描述太過於空泛、廣泛。沒有一項產品可以滿足所有人，必須確立目標市場才能滿足需求。
4. 人物誌是大家的共識不能修改的。相反的，由於時空變遷，人物誌需要適時地更新修正，才能符合市場的需求。

**關鍵字列表：** 人物誌、人類學、生活模式