

ZROZUMIENIE

- ✓ otwarte pytania
 - ✓ nie sugerowanie odpowiedzi w pytaniu
 - ✓ opowiadanie historii
 - ✓ metoda “5 x dlaczego”
 - ✓ zebranie doświadczeń i historii
-
- ❖ zebranie jak największej ilości informacji na temat użytkownika (doświadczenia, przekonania)
 - ❖ poznanie jego podstawowych potrzeb
 - ❖ odkrycie nieświadomych potrzeb i problemów
 - ❖ weryfikacja hipotez dotyczących klientów (Nasi klienci mają problem z ..., czy na pewno?)
 - ❖ wizualizacja użytkownika

Persona

Imię	Wiek	Narysuj tę osobę ☺
Miejsce zamieszkania		
Życie rodzinne		
Wykształcenie		
Styl życia		Cele
Wartości		Frustracje
Cytaty ☺		

POINT OF VIEW

.....
(ODBIORCA/ UŻYTKOWNIK/ KLIENT)

POTRZEBUJE SPOSOBU NA

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
(potrzeba/ problem)

PONIEWAŻ...../ ALE.....

(niepotrzebne skreślić)

.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....

POINT OF VIEW 2

JAK POMÓC

.....
.....

(komu/ kogo dotyczy problem, dla kogo będziemy generować rozwiązania)

ROZWIĄZAĆ PROBLEM

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

(na czym polega problem/ potrzeba ww. osoby)

TAK, BY.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

(jaki efekt chcemy uzyskać rozwiązując powyższy problem)

Opracowanie nowego produktu spożywczego/ potrawy (dania z oferty gastronomicznej)

Nazwa produktu		Partnerzy – aktualni – nowi
Niezbędne składniki (surowce, półprodukty, dodatki)		
Składu recepturowy produktu (potrawy)		

Warunki wytwarzania		
Metody pakowania i rodzaj opakowania (materiał opakowaniowy, sposób pakowania, rozlewu, sposób podania, przystrojenia potrawy, zastosowane dodatki)		

<p>Opis nowego produktu spożywczego w kontekście marketingowym</p>		
<p>Sposób dystrybucji (warunki dystrybucji)</p>		