

USER CENTERED DESIGN CANVAS

PARTIE UTILISATEUR

3. PROBLÈMES

Renseigner les problèmes potentiels ou existants que l'utilisateur souhaite résoudre.

4. MOTIVATIONS

Décrire les motivations qui pousseraient l'utilisateur à utiliser le produit / service proposé.

5. CRAINTES

Décrire les craintes, les doutes que peuvent ressentir les utilisateurs lorsqu'ils vont utiliser votre produit / service.

1. BUSINESS

Écrire une brève description de l'entreprise ou de la solution envisagée.

2. UTILISATEURS

Définir les utilisateurs cibles potentiels et également existants.

9. PROPOSITION DE VALEUR UNIQUE

La finalité de ce User Centered Design Canvas est une phrase unique qui décrit la promesse commerciale à vos futurs utilisateurs. Ce résumé se construit autour de l'utilisateur final.

PARTIE BUSINESS

8. AVANTAGES

Décrire les caractéristiques et les fonctionnalités qui distinguent votre solution de vos concurrents.

7. ALTERNATIVES

Décrire ce que l'utilisateur peut utiliser comme produit / service alternatif au lieu du vôtre, pour répondre à ses besoins.

6. SOLUTIONS

Décrire les solutions existantes ou à prévoir pour répondre aux problèmes utilisateurs identifiés dans la partie 3.