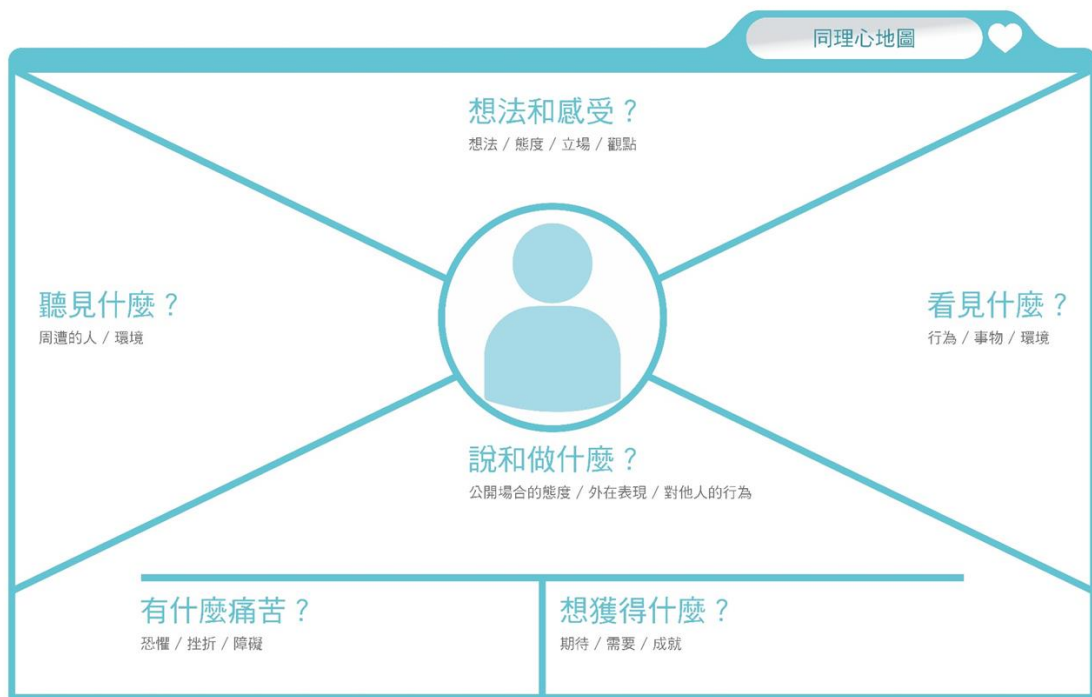


同理心地圖

What 什麼是同理心地圖？

同理心地圖是幫助團隊進行初步設計發想的工具，它與人物誌 (persona) 的功能相似，透過訪談的方式理解受訪者的想法與感受，團隊透過換位思考的方式，客觀地傾聽與觀察受訪者後，再進一步分析背後的情緒與態度。



Why 為什麼要使用同理心地圖？

在設計的過程中，同理心地圖可以快速可視化使用者的需求，讓團隊成員對使用者有更加清晰的了解，可以將同理心地圖作為一個收集使用者資訊的起點，引導團隊進行全方位的發想。

When 什麼時候使用同理心地圖？

1. 開發新產品：透過對使用者的訪談與觀察，瞭解其不同面向的感受，進而找出使用者的痛點及設計機會點。
2. 既有產品改良：亦可使用同理心地圖幫助找到現存問題以及改進方式。

How 怎麼使用同理心地圖？

準備材料：

一個大白板 (或海報紙)、彩色筆、彩色便條貼

預估操作時間：20 分鐘-40 分鐘

理解概念：

在大白板上劃分 6 個區域，分別為使用者的想法/感受、說法/做法、聽到什麼、看到什麼、使用者的痛苦與收穫。

1. 想法、感受：使用者的想法和態度是什麼？
2. 說法、做法：使用者說了什麼？做了什麼？
3. 聽到什麼：家人怎麼說？朋友怎麼說？其他影響他的人這麼說？
4. 看到什麼：周圍的環境是怎麼樣的？周邊人的習慣？市場有什麼其他產品？
5. 痛苦：使用者的煩惱、困擾、擔心是什麼？
6. 期待：使用者的需求是什麼？期待從中獲得什麼利益、成就？

使用步驟：

- ◆ **提供目標族群資訊**：告知團隊這次需要討論的目標族群的相關資訊，如人物特徵、數據及觀點等。
- ◆ **為使用者製作地圖**：將同理心地圖的模板繪製或印刷至大型的平面上 (白板或海報紙等)，在中心處添加使用者的畫像。
- ◆ **積極引導腦力激盪**：主持人會鼓勵大家根據不同區域的主題進行發想。
- ◆ **不同區域貼便利貼**：鼓勵團隊成員在便條貼寫上自己觀察到的現象，貼在相關區域上，結束後再進一步整理歸納這些便利貼。
- ◆ **根據地圖深入發想**：當地圖完成，大家可以根據上面的訊息作進一步的討論，

例如既然使用者是這樣想的，我們應該做怎麼樣的改善..... (最好能提出解決方案)。

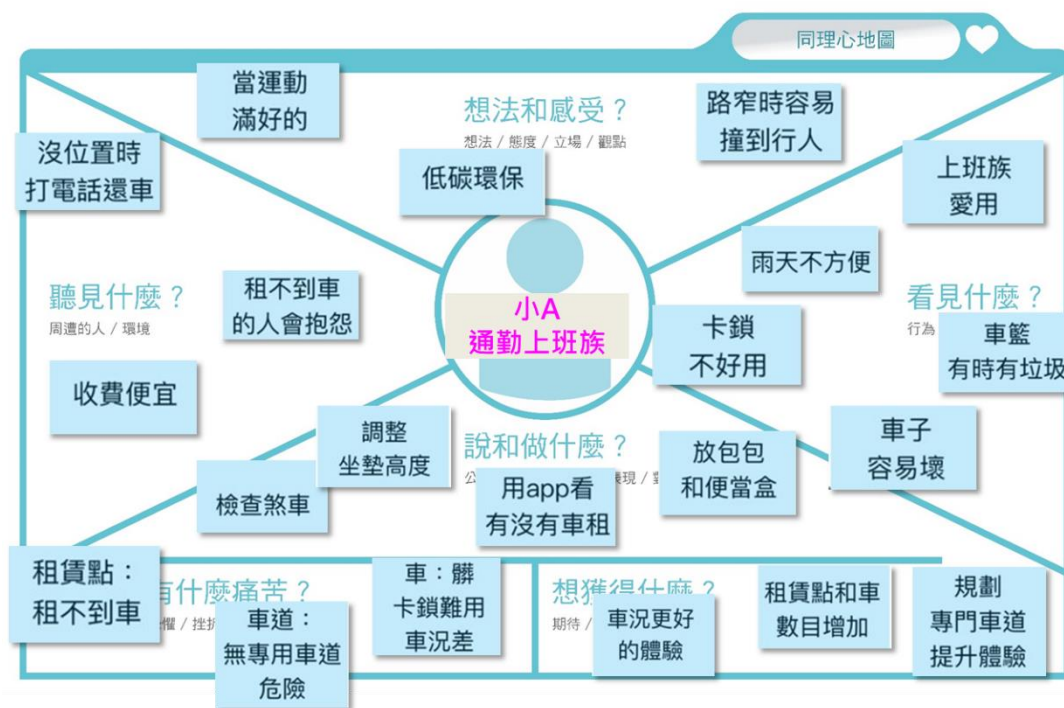
使用範例 (以 YouBike 為例):

第一步: 主持人引導團隊討論 YouBike 的使用者，訂出主要的使用者名為小 A，是一個通勤上班族，使用情景為早上出了捷運之後，通常她會騎 10 分鐘 YouBike 去公司。

第二步: 團隊把同理心地圖貼在大白板上，在中心寫上小 A 的訊息，針對四個想法/做法/聽/看這幾項開始討論，在便利貼上寫下個人意見(建議一張便利貼只寫一個想法)，寫好後將它貼在各問題區塊上，越多想法越好。

第三步: 將便利貼做分類，例如「車子經常壞掉」、「剎車失靈」和「車燈不亮」均屬於「車況不好、容易壞」，可歸為一類。

第四步: 透過上一步的歸類和討論，再進一步探討使用者的痛苦與期待，並引導團隊討論如何設計 (或改善) 產品以滿足使用者。



第五步 (總結設計洞見) : 經過這次快速的討論，大家希望能設計一個 APP，可以讓大家動態掌握每個捷運站周圍的租賃點的剩餘 YouBike 數量，並幫助大家規劃行車路線，推薦更安全的道路等。

重點提示：

1. 同理心地圖並不是來自於會議室的空想，建立同理心地圖有賴對於目標用戶的觀察與理解。即使是大膽的假設，也要透過對於使用者的分析，小心求證，才不會流於不真實的猜測。
2. 在發想的過程中，團隊成員要善於觀察，通過使用者的面部表情、肢體語言、措辭語調等訊息洞察使用者真正的想法和感受。

錯誤觀念：

在製作同理心地圖時必須注意主角的人稱。比方說：「聽到什麼？」指的是「使用者聽到什麼？」並不是說「我們聽到使用者說什麼？」當然，隨時把同理心記在心裡，一定可以幫助我們在前期研究時，更加注意到使用者周遭環境、個人與心理的各種面向。

關鍵字列表：同理心、痛苦、障礙、期待、獲得