

IHTE-3100 Käyttäjakeskeinen tuotekehitys
Tentti 23.11.2009/Jarmo Palviainen

Vastaa tehtäviin konseptille. Muista kirjoittaa jokaiseen vastauspaperiin oma nimesi ja opiskelijanumerosi. Tentin maksimipistemäärä on 30 pistettä. **Tentissä EI saa käyttää laskinta !)**

Tehtävä 1 – Termit

Selitä lyhyesti (2-4 lauseella) seuraavat termit:

- a) Vertikaalinen prototyyppi (1p)
- b) Käyttäjäsegmentointi (1p)
- c) Käyttökonteksti ja sen osatekijät (2p)
- d) Käyttäjätyytyväisyysmittari (nimeä ainakin yksi) (1p)
- e) Ulkoinen sidosryhmä (1p)

Tehtävä 2 – Pikkukysymykset (6p)

Vastaa lyhyesti (muutamalla lauseella, alle puolen sivun vastauksilla) seuraaviin kysymyksiin:

- a) Mitkä ovat hyvän kuluttajasegmentoinnin tunnusmerkit? (2p)
- b) Mikä on markkinoinnin rooli käyttäjakeskeisyyden tuomisessa projektiin? (2p)
- c) Kun tehdään kvantitatiivista käytettävyydestutkimusta, mitkä tekijät saattavat aiheuttaa virheitä tutkimuksen lopputulokseen (tuloksiin, validiteettiin, ja reliabiliteettiin liittyen)? (jos tiedät oikeat termit, lyhyt luettelo riittää vastaukseksi)(2p)

Tehtävä 3 – Miniesseet (6p)

Vastaa kysymyksiin noin puolen sivun vastauksella.

- a) Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen käyttäjätutkimuksen erot? (Kerro jotain myös menetelmistä) (3p)
- b) Mitä tarkoittaa ”principled negotiation”. Mitä asioita sen mukaan pitäisi neuvotteluissa muistaa ottaa huomioon? (Luentomateriaaliin kuuluva artikkeli McConnell: How to defend an Unpopular Schedule) (3p)

Tehtävä 4 – Essee (6p)

Mitä ovat käytettävyyden kypsyysmallit? Miksi ja miten niitä käytetään?

Tehtävä 4 – Soveltava tehtävä (6p)

Pääsit harjoittelijaksi pieneen ja perinteikkääseen yritykseen, joka valmistaa tietoteknisiä apuvälineitä eriasteisille kuulorajoitteisille ihmisille. Yrityksen tuoteportfolioon kuuluu esimerkiksi erilaisia ”puheesta tekstiksi” –apuvälineitä, pienikokoisia dynaamisia äänenvahvistimia ja –kompressoreita sekä erilaisia tuntopalautetta antavia kojeita, jotka reagoivat tiettyihin ääniin. Alati kiristyvän kilpailutilanteen vuoksi yrityksen tulevaisuus on kuitenkin alkanut näyttää synkältä tuttujenkin asiakkaiden siirtyessä kilpailijoiden tuotteiden käyttäjiksi. ”Mikähän meidän tuotteissa on vikana” onkin viime aikoina ollut yleinen keskustelunaihe kahvipöydissä.

Firma on aina ollut vahvasti toimitusjohtajavetoinen. Vaikka kolmen henkilön tuotekehitystiimissä olisi uusia ideoita ja ajatuksia toimintamallien parantamisesta, kehitys on kuitenkin jämähtänyt paikalleen – yksinkertaisesti ei tunneta parempiakaan menetelmiä tuotekehityksen kehittämiseen. Tuoteideat ovatkin pitkään perustuneet toimitusjohtajan (TJ) omiin kokemuksiin ja näkemyksiin kuulorajoitteisista ihmisistä omassa lähipiiristään. Satunnaiset asiakkaiden itse ilmoittamat korjausehdotukset otetaan kyllä huomioon, mutta niiden sanomaa ei aina täysin ymmärretä.

Epävarman tulevaisuuden pelossa toimitusjohtaja oli päättänyt palkata sinut juuri siksi, että kerroit käyneesi kurssin, jossa puhuttiin käyttäjien mukaan ottamisesta tuotekehitykseen. ”Ehkä tämä olisi sittenkin se uudistus, jota tuotekehityksemme kaipaa” hän mutisi itsekseen heti työhaastattelusi jälkeen ja alkoi pohtia tähän liittyviä kysymyksiä. Itse asiassa hän oli lukenut tällaisesta lähestymistavasta taloussanomista pari kuukautta sitten, mutta ei innostunut asiasta ennen kuin kuuli ystävältään, että heidän firmassa käyttäjien huomioiminen oli tuottanut pari hittituotetta.

Parin viikon firmaan tutustumisen jälkeen TJ päättääkin vihdoinkin avata keskustelun ruokapöydässä. TJ on innostuvaa ja puheliasta sorttia eikä malta olla tykittämättä sinua kysymyksillään:

”Miksi meidän pitäisi ottaa käyttäjiä mukaan tuotekehitykseen?”

”Mitä se tarkoittaisi käytännössä, millaisia menetelmiä käyttäisimme? Mistä aloitamme?”

”Miten se tuotteiden laadun paraneminen oikein näkyy?”

”Mitä kustannuksia tästä aiheutuu? Mitä me tästä hyödyimme ja koska saadaan tuloksia?”

”Miten me saadaan elektroniikkatiimin Lahtinenkin uskomaan tähän?”

”Voi veljet! Jos saat mut vakuutettua tästä, niin voit jäädä ensi vuodeksi tekemään diplomityötäsi firmaan!”

Toimitusjohtaja jää innokkaana odottamaan vastauksiasi, kunhan olet saanut perunasi nieltä...

Kirjoita 3-5 minuutin mittain perustelupuhe TJ:n taivuttelemiseksi.

(6p)