

# Arkusz

## „Dzień z życia”



Wejdź do świata swoich (potencjalnych) klientów, aby zdobyć informacje o ich zadaniach, bolączkach i korzyściach. To, czym klienci zajmują się na co dzień w warunkach rzeczywistych, często różni się od tego, co uważają, że robią (a także od tego, o czym mówią podczas wywiadów, uczestnicząc w ankietach lub będąc członkami grup fokusowych).

### CEL

Lepsze zrozumienie otoczenia klienta

### EFEKT

Przeprowadzenie mapowania jednego dnia z życia klienta

*Ustal, jakie są najistotniejsze zadania, bolączki i korzyści klienta, którego śledziłeś.*

Czas	Aktywność (co widzę)		Notatki (co myślę)