

Index

索引

● 英数字

1対1のインタビュー	064, 266
行うときの秘訣	075
計画	070
結果をまとめる	076
時間	071
質問項目	072
スケジュール	071
対面で行う	070
誰に	065
電話で行う	070
内容	071
何人に	069
BrownCo	038
CRM データの分析	119
エクスペリエンス調査	087
ビジネス戦略	212
ビジュアルデザイン	259
ページ構成	245
ペルソナ	212
ペルソナの金融情報	178
CRM データの分析	055, 118
会計データ	119
顧客記録	118
人口統計データ	120
取引記録	118
Excel	136, 236
K 平均法	147, 150
PowerPoint	203
R.H. ドネリー	033, 059
属性のリスト	093
ペルソナシート	201
ペルソナの業界固有の情報	179
ペルソナのプロフィール	183
RealEstateCentral.com	
サーベイ	101, 103
ユースケース	243
RFM 分析	118
User-centered Design (UCD)	
⇒ユーザー中心設計	

VistaPrint	034, 064
VistaStudio	034
Web サイト	261
インタビューの質問項目	073
コンテンツ	255
サーベイ	110
データの収集	096
ペルソナシート	167, 200
マトリックス	236
ユーザビリティテスト	081
予測モデル	269

● ア行

アンケート	024
意見の一致	034
インタラクションの文字	253
インタビュー	098
インタラクションデザイン	027
エラーメッセージ	253
音	254

● カ行

会計データ	119
外部機関による業界リサーチ	098
会話	046
仮説	087
画像	254
機会得点	159
記事	252
競合サイトの機能分析	098, 232
クラスター	058, 143
クラスター分析	058, 147, 152
事例	160
平方和	155
有意確率	154
クリエイティブブリーフ	258
クリックスルー率	112
グループインタビュー	063, 082, 266
クロスセル	022
構造	238

フィールドスタディー	050	テスト	
ペルソナに育てる	050	リリース後のテスト	266
ユーザーインタビュー	050	リリース前のテスト	264
定性的なペルソナと定量的な検証	053, 091	統計分析	136
このアプローチをとるべきは……	057	トラフィック分析	024, 045, 115
サーベイ	053	手に入る情報	116
セグメンテーション	053	取引記録	118
セグメンテーションモデルをテスト	053		
短所	056	● ナ行、ハ行	
長所	055	ナビゲーション	247
定性調査	053	発話	046
定量調査	053	発話 vs 行動	046
ペルソナに育てる	054	パワーユーザー	066
定性的なユーザー調査	062	ビジネス戦略	214
1体1のインタビュー	064	フレームワーク	222
フィールドスタディー	077	ビジュアルデザイン	027, 238, 258
ユーザビリティテスト	080	ビデオ	254
定量調査	045, 087	ビボットテーブル	136
CRM データの分析	088	品質保証のテスト	037
計画	090	品質保証プロセス	264
サーベイ	088	フィールドスタディー	023, 036, 077
調査に先立って把握しておくこと	098	プライマリーペルソナ	188, 191, 244
定性的 vs 定量的	046, 048, 049	ブレインストーミング	227
データを集める方法	092	プロフィール	181
トラフィック分析	088	文脈調査	
目的	087, 088	⇒コンテキストチュアルリンクワイアリー	
定量的な検証	136	平方和	155
データのクロス集計分析	136	ページ構成	244
統計分析	136	ペルソナTシャツ	205
定量的なセグメンテーション	143	ペルソナカード	204
定量的なペルソナ	057, 093	ペルソナシート	164, 199
クラスター分析	058	ペルソナ手法	026
このアプローチをとるべきは……	061	ペルソナのコメント	247
セグメンテーションの仮説	057	ペルソナの最適化	218
短所	060	ペルソナの作成	
長所	059	期待する行動	187
定性調査	057	業界固有の情報	178
定量調査	057	個人情報	175, 176
ペルソナに育てる	059	コンピュータやインターネットの	
データのクロス集計分析	136	使い方	180
データの標準化	114	シナリオ	190
デザインプロセス	238	写真	170
デザインモックアップ	035	主張	185

その他の属性を添える	184	ムードボード	259
名前	169	メールでユーザーを選抜	066
プロフィール	181	注意事項	068
他のペルソナと一線を画する特徴	164		
優先順位	188	● ヤ行	
ペルソナの披露	202	有意確率	154
PowerPoint	203	ユーザー	020
ペルソナTシャツ	205	行動	032, 046
ペルソナカード	204	ゴール	032, 046, 164
ペルソナシート	199	ターゲットにしたいユーザー	033
ペルソナポスター	204	態度	032, 046
ペルソナルーム	206	ユーザーの会話	046
ペルソナの優先順位		ユーザーの発言	046
重要でないペルソナ	189	ユーザーの目線	034
除外すべきペルソナ	189	ユーザーインタビュー	023, 045, 048, 098
セカンダリーペルソナ	189	1体1のインタビュー	064
プライマリーペルソナ	188	グループインタビュー	063
ペルソナの利点	032	ユーザーエクスペリエンス	026
ペルソナの例		ユーザー中心設計	019, 039
RealEstateCentral.com	067	ユーザー調査	039, 045
アイリス	183	アンケート	024
疑い深いウィリアム	203	サーベイ	023
教育担当部長キャリア	166, 187	トラフィック分析	024
ジル	041	フィールドスタディー	023
スタン	195	ユーザーインタビュー	023
パーフェクト主義のパトリシア		ユーザービリティテスト	023
	167, 177, 181, 186, 269	ログ分析	024
はやさ重視のハワード	034, 167, 182	ユーザーデータ	024
不断の投資家フランク	212, 259	ユーザービリティテスト	
不動産購入に初挑戦のフランシス			023, 045, 048, 080, 098, 265
	028, 065, 128, 163, 193, 220, 239, 243	ユースケース	242
マニアックなマシュー	035	優先順位	232
ペルソナポスター	204	予測モデル	269
ペルソナルーム	206		
ペルソナを常に顕在化	209	● ラ行、ワ行	
ヘルプ	253	リッカート尺度	106
変数	150	ログファイル	116, 266
ポップアップウィンドウ	102	ログ分析	024
		ワードクラウド	257
		ワイヤーフレーム	035, 247
● マ行			
マーケットリサーチ	085		
マーケティングリーチ	096		
マトリックス (到達目標の)	234		