

5 дәріс. Өзара әрекеттесуді жобалау негіздері: пайдаланушы сценарийлері және навигация

- ✓ Пайдаланушылардың сапалық және сандық зерттеулері.
- ✓ Этнографиялық сұхбат.
- ✓ Пайдаланушы модельдері: таңбалар мен мақсаттар.
- ✓ Кейіпкерлер мен сценарийлерді қолдана отырып талаптарды әзірлеу.
- ✓ Пайдаланушы интерфейсінің жалпы инфрақұрылымы.
- ✓ Форманы және мінез-құлықты нақтылау.

Пайдаланушыларды сапалық және сандық зерттеулер (Качественные и количественные исследования пользователей)

Пайдаланушыларды зерттеулер екі үлкен категорияға бөлінеді: сандық және сапалық. Сапалы сипаттағы зерттеулер тікелей бақылауға және пайдаланушымен қарым-қатынас жасауға негізделеді. Бұл жағдайда дизайнер әрбір нақты жағдайға қарап, әрбір нақты адамның мінез-құлқын талдайды. Сандық зерттеулер пайдаланушылар туралы жанама деректерді жинай отырып, көптеген деректерді талдайды. Осы әдістің көмегімен дизайнер/ жобалаушы / инженер адамдар тобының әрекетінде (мінез-құлқында) ортақ паттерндерді (Паттерн – это термин, обозначающий некий повторяющийся шаблон, также им можно назвать образец, модель, схему или образ) табуға тырысады. Екі тәсіл де маңызды және бір-бірін толықтырады, сондықтан жобаның қажеттілігіне байланысты зерттеудің дұрыс түрін таңдау маңызды.

Сандық зерттеулер

Сандық зерттеулер екі мақсат үшін қолайлы: қажеттіліктерді одан әрі егжей-тегжейлі талдау үшін аудиторияны сегменттеу немесе пайдаланушылардың қазіргі бар өнімді қалай пайдаланатыны туралы деректерді жинау.

Бұл жағдайда біз олардың жолын сайтта немесе қосымшада қайтадан келтіреміз де(воссоздать) және конверсияны, мінез-құлық статистикасын және т. б. талдаймыз.

Сандық зерттеулердің түрлері:

1. Жабық және жартылай жабық сұрақты сауалнамалар. Адамдардың көп санын тез сұрау қажет кезде, атап айтқанда, пайдаланылады. Әрбір сегментті егжей-тегжейлі талдау үшін, аудиторияны сегменттеу арқылы сауалнама алу жалпы үрдістерді көруге көмектеседі.

Мысалы, оқу бойынша сауалнаманың көмегімен 18-23 жас аралығындағы жастар кітапты сатып алудан гөрі жиі жүктейтінін кенеттен анықтауға болады. Мұндай әдіс НЕГЕ олар олай жасайды дегенді түсіндірмейді, яғни себебін түсіндірмейді, тек одан әрі зерттеу үшін гипотезалар құруға көмектеседі: мүмкін, Жастар сатып алмайды, көшіріп алады, өйткені әлі оқиды; кітаптар қажет, ал сатып алу үшін бюджет жоқ.

2. Мінез-құлық статистикасы. Бұл жерде біз адам біздің өнімімізді пайдалану кезінде қалай жұмыс істейтінін яғни әрекетін талдаймыз: мысалы, тінтуірді қандай өрістерге бағыттайды, қандай түймелер(кнопкалар) басылады. Мұнда жылу карталары, А / b тестілеу және басқалар.

Сапалық зерттеулер

Сапалы зерттеулер "НЕГЕ?". Неге адам өзін солай ұстайды? Оны не ынталандырады? Бұл неге әртүрлі болуы мүмкін?

Мысалы: Сақтандыру компаниясы клиенттерге талдау жасады және олардың арасында төлемге қабілетті 25-35 жастағы адамдардың категориясының жоқ екендігі және және аз ауыратынын түсінді. Сонда біз " НЕГЕ ЖОҚ?" Ал неге олар сақтандыруды ресімдемейді және қалай оларды тарту керек? немесе "НЕГЕ" олар бізде емес, бәсекелестерде сақтандырылған".

Сапалық зерттеулердің түрлері

1) Бақылау(Shadowing).

Бұл жағдайда біз әдетте өнімді пайдалану контексінде адамның мінез-құлқын бақылаймыз және кейде аралас типті бақылау жасауға, яғни сұрауға да болады.

Мысалы: әуежайда жолжүкті қабылдаудың жаңа жүйесі жасалды: пайдаланушы әдетте, бағанға емес, автомат арқылы чемодандарды тіркейді және өткізеді. Ал біз чемоданды қай қолда ұстап тұратынын, қолдары бос па, оған паспортты сканердің астына қою ыңғайлы ма екенін байқаймыз. Бақылауларымызды жазамыз.

2) Терең сұхбат.

Болашақ өнім үшін пайдалы ақпарат алудың тағы бір тиімді әдісі - пайдаланушылардың әрбір сегментімен жеке сұхбат жүргізу.

3) Фокус-топтар.

Бірнеше потенциалды пайдаланушылар бірге жиналады және кейбір өнімді немесе тақырыпты талқылайды. Ал біз оларға әңгіме барысында сұрақтар қоямыз және топтағы адамдардың мінез-құлқының үлгісін түсінуге тырысамыз: олардың өзара әрекеттесуін немесе өніммен өзара әрекеттесуін.

Осылайша, ақпаратты талдауға сандық және сапалық тәсілдер бір-бірін табиғи түрде толықтырады. Егер Сізде бар деректерді математикалық түрде ұсыну оңай болса, бірінші әдісті қолданыңыз.

Екінші стратегия, яғни сапалық, егер сіз сандық нысанға аударылмайтын ақпаратпен айналысатын болсаңыз, қолайлы болады. Осы екі құралды біріктіре отырып, сіз мақсатты аудиторияны жақсы түсінуіңіз қажет.

Этнографиялық сұхбат

Этнографиялық сұхбат - бұл иммерсиондық бақылау мен жеке сұхбатқа бағытталған зерттеуді қамтитын *сапалы* зерттеудің түрі.

Антропологияда этнографиялық зерттеушілер тұтас бір мәдениетті түсіну үшін мінез-құлық және әлеуметтік салт-дәстүрлердің өзгерістерін жылдар бойы оқиды, зерттейді. Этнографиялық интервьюерлер жеке өнімдермен өзара әрекет жасайтын адамдардың мінез-құлқы мен салт-дәстүрлерін түсіну үшін бұл техниканы микро деңгейде қолданады.

Контекстік сауалнама әдісі — бұл этнографиялық сұхбат әдісі, пайдаланушылар және олардың мақсаты туралы мәліметтерді жинау.