1. Какие есть типы целей и чем они отличаются?

Существует два типа целей:

1. Цели пользователя.
2. Бизнес-цели.
3. Чем отличается цель от задач?

Цель – это конечное состояние, то есть то, чего нужно достичь. Задача – это промежуточный этап, необходимый для достижения цели.

1. Для чего проводится обзор аналогов?

Просмотр и анализ конкурентов даёт возможность получить вдохновение на создание полезного продукта, получить информацию про функционал (какой и как реализовать), а также даёт возможность понять, как можно удовлетворить определённые потребности бизнеса и пользователей, позволяет понять, как делать нужно, а как лучше не делать в своём продукте.

1. Из каких шагов состоит общий план обзора аналогов?

Составить список основных критериев для сравнения.

Определить конкурентов.

Сделать скриншоты.

Объединить все данные в одном месте.

Документировать и представить информацию. Проанализировав всю информацию, ее надо структурировать и представить в приемлемый и понятный вид. В конце необходимо составить список рекомендаций по будущему функционалу и дизайну и краткое объяснение того, как это может быть реализовано на практике.

1. Что такое референсы и для чего они нужны?

**Референс** — это вспомогательный рабочий материал, которые используется, чтобы подготовиться к новому проекту и вдохновиться для работы. Может содержать фотографии, иллюстрации, картинки, рисунки, любые графические объекты, физические объекты, примеры чужих работ.

1. Что такое мудборд?

Мудборд — это способ представления референсов, тип визуальной презентации или коллажа, который состоит из подборки изображений, текста, объектов в композиции, объединённых общей идеей или настроением.

1. Какая цель использования мудборда?

Вдохновение команды, создание единого стиля и визуальной концепции.

1. Что такое целевая аудитория (ЦА)?

**Целевая аудитория (ЦА)** — это определенная группа людей с некоторыми общими характеристиками, желаниями, потребностями, образом жизни, которые позволяют им примерно одинакового взаимодействовать с продуктом.

1. Какие есть виды целевой аудитории?

Виды целевой аудитории:

* По классу конечных потребителей:
* B2B, или business to business, бизнес для бизнеса, — компания продаёт свой товар или услуги другим компаниям.
* B2C, или business to customer, потребительский бизнес, — компания продаёт товар или услуги физическим лицам, отдельным людям.
* B2G, или business to government. Это означает, что компания продаёт товары или услуги государственным учреждениям и организациям.
* По масштабу:
* Широкая.
* Узкая.

1. Что такое User Persona?

**Метод персон/персонажей** — это инструмент, помогающий сделать дизайн более осмысленным и сократить риск создания никому не нужного продукта.

**Персонаж или персона** — это воображаемый, но реалистичный, собирательный, но детальный образ пользователя с суммой его основных потребностей, характеристик и целей. Это типичный представитель сегмента, поэтому каждому сегменту должна соответствовать хотя бы один персонаж.

1. Из чего состоит User Persona?

Имя.

Пол.

Возраст.

Фото.

Месторасположение (страна/город).

Семейное положение.

Род занятий.

Степень «вхождения» в предметную область или опыт использования продукта. Это может быть новичок, постоянный пользователь или поль-зователь, который иногда возвращается.

Контекст использования продукта. По какой причине взаимодей-ствует? Как взаимодействует (десктопная или мобильная версии) и где?

Цели и потребности взаимодействия. Какие потребности персонажа нужно удовлетворить, чтобы он достиг своей цели.

Проблемы взаимодействия. Описание того, что мешает персонажу в решении проблемы или удовлетворению потребностей.

Дополнительно можно добавить: ожидания, навыки, мотивацию.

1. Что такое User Story?

**User Story (Пользовательская история)** — это короткая история с описанием возможных вариантов применения продукта. Это 1-2 предложения о том, чего хочет достичь персонаж, используя продукт, что пользователь может делать взаимодействую с продуктом.

1. Как составить User Story?

Шаблон написание User Story:

«Как кто-то (роль/персонаж) я хочу (цель/желание), чтобы (выгода)».

1. Что такое Use Case?

**Use Case (Сценарий использования)** — это вымышленная история о том, как пользователь взаимодействует с продуктом, чтобы достичь определённых целей.

1. Из чего состоит Use Case?

Название (Name) — название Use Case: короткое, понятное, отражающее суть.

Краткое описание (Brief Description) — текст, описывающий данный Use Case.

Участники (Actors) — список участников взаимодействия. Часто состоит из одного человека.

Предусловия (Preconditions) — условия, которые должны быть выполнены перед началом реализации данного Use Case.

Триггер (Trigger) — событие или условие, которое заставляет пользователя приступить к выполнению Use Case. Тут может быть описан контекст использования (Где? Когда?), а также мотивация и причины.

Базовый сценарий (Basic Flow) — последовательность действий, которые выполняет участник для успешного достижения цели, то есть сюжет.

Альтернативные сценарии (Alternative Flows) — описание альтернативных сценариев выполнения Use Case. Важное условие альтернативных сценариев — участник в итоге успешно достигает цели.

Исключительные сценарии (Exceptional Flows) — все, что может привести участника к невыполнению Use Case.

Постусловие (Post Conditions) — результат после выполнения Use Case.

1. Как связаны User Story и Use Case?

User Story описывает конкретное желание пользователя, а Use Case предоставляет более детальное описание сценария, включая различные варианты использования.