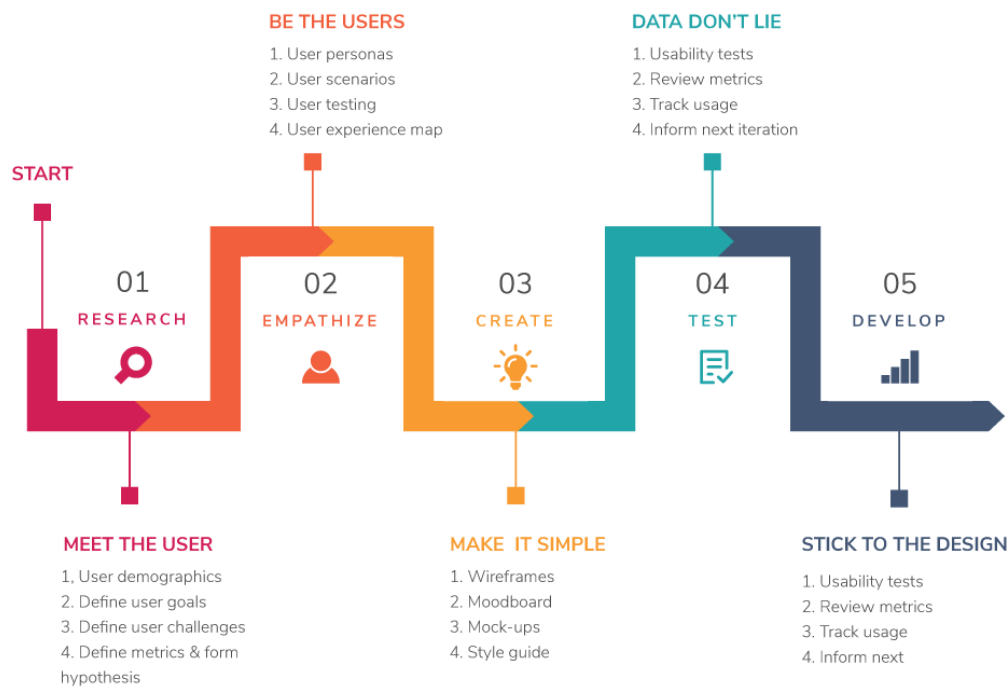


Изисквания за презентирание на втора част на курсова работа по Взаимодействие на човека с потребителските интерфейси в информационните / дисплейните устройства:



## USER EXPERIENCE DESIGN PROCESS

### 1. Word Project –

- Заглавна страница,
- Съдържание,

### 2. Research phase- Техниките, използвани по време на тази фаза, могат да включват интервюта с потребители, интервюта със заинтересовани страни, анализи на конкуренти

- A. **Competitive Analyses** – Marketing – предимства и недостатъци
- B. **Competitive Analyses** – 10 Nilsen's Heuristics – – предимства и недостатъци
- C. **Google Form** – проучване на потенциални потребители

#### Цели:

- **Дефиниране на целите на бизнеса спрямо проучването на конкурентите (предимства и недостатъци) и пазара(маркетингови стратегии).** Представете снимки поне на първата страница от сайтовете им с ясно описани предимства и недостатъци и в Word, и в презентацията на отделни слайдове и след това обобщено какво решавате да вземете от тях като добър пример и какво старателно бихте избегнали.

- Обмислете бизнес проблема, който вашият продукт ще реши. **Бизнес цели / стратегия**
    - как ще бъдат обслужени **лоялните клиенти, новите клиенти**, които лоялните биха ви довели. От това зависи и накрая как ще реализирате проекта си технически и каква технология ще изберете (БД, сървери и др.)
  - **Дефиниране на целите на вашият продукт.** - Какви цели си поставяте с изработката на приложението спрямо 10-те евристики на Нийлсън на базата на предимствата и недостатъците на конкурентите?  
Ясно написани цели и в Word, и в презентацията какво ще правите при разработка и с какво ще бъде реализирано
  - Представете **въпроси** от анкетите, **целта на задаване на всеки един от въпросите** и **статистиката** след анкетиране на потребителите и на базата на тях определете кои са потребителите и степени на участие на потребителите при вашата разработка? (представени в таблица на 1-2стр в Word и обобщено и написано в презентацията)
- Кои са заинтересованите страни към вашата разработка?** (пр. млади - възрастни; сутрешни, целодневни, вечерни читатели; професионалистит (финансисти, танцьори и др.) - обикновени хора и т.н в зависимост от проекта), от което зависи и след това какви персони ще представите
- **Какви са изискванията на потребителя към интерфейса?**
  - **Концептуален модел**
- Описание и подредба на всички останали стъпки описани по-долу:**

## Plan phase

3. **Personas:** Създайте два профила с общите характеристики на вашите потребители като ги свържете с вашия продукт чрез техните цели, фрустрации и мотивации (Кой? Какво? Защо?).
4. **User Stories:** Оформете функциите, които искате да създадете в перспектива на вашите потребители. Това дава ясна причина защо функцията трябва да бъде добавена  
Всяка потребителска история включва три основни характеристики:
  1. Разказва историята на проблема или нуждата, която потребителят ще реши чрез определена функционалност на продукта.
  2. Предназначено е да бъде жива история, която може да бъде актуализирана и модифицирана с развитието на проекта
  3. Тя предоставя достатъчно информация за разработчиците и дизайнерите, за да разберат функционалната нужда, но не навлиза в подробностите за това как трябва да се адресира от техническа или дизайнерска гледна точка.

5. **Journey Maps:** Пътуванията на клиентите и пътуванията на потребителите ще ви осигурят високо ниво, визуален преглед на пътуването, което вашите потребители ще предприемат с вашия продукт
6. **Storyboarding** - състои се от комикс, очертаващ действията и обстоятелствата на потребителя, при които те се извършват. Силата на тази идея е, че тя не само демонстрира какво прави потребителят, но и разкрива средата, което може да повлияе на това как или защо потребителят прави нещо.
7. **User Flows:** Посочете как вашият потребител трябва да се ориентира относно вашия продукт, преди да създаде визуални изображения. / **Task Flow Diagram** - Опишете входа на данни. Опишете изхода на данни и резултати.

Чрез проектиране за потребителските потоци се съсредоточаваме върху това, което потребителят трябва да направи и как да го постигне по възможно най-ефективния начин. Това трябва да доведе до по-добро потребителско изживяване, тъй като поставя потребителя в основата на процеса на проектиране. Диаграма на потребителски поток е проста диаграма, очертаваща стъпките, които потребителят трябва да предприеме с вашия продукт или услуга, за да постигне дадена цел. За разлика от картата на пътуванията на клиентите, диаграмата на потребителските потоци отчита само това, което се случва с вашия продукт (тоест игнорирайки всички външни фактори). Тези диаграми могат да помогнат на дизайнерите бързо да оценят ефективността на процеса, необходим за постигане на целта на потребителя, и могат да ви помогнат да определите „как“ (т.е. изпълнение) на големите идеи

8. **Use case** - Функционални и даннови изисквания. Цялостен поглед отгоре
9. **Mind Map** - графичен начин за представяне на идеи и концепции. Това е инструмент за визуално мислене, който помага за структурирането на информация, помага ви по-добре да анализирате, осмисляте, синтезирате, припомняте и генерирате нови идеи.

**Не забравяйте да помислите за Core Page още тук.**

Инструменти:

- Mindjet MindManager Pro 6 <https://www.mindjet.com/connect/>

10. **Site Maps:** Карта на сайта показва йерархията и навигационната структура на уебсайт. Такива карти често се произвеждат и за мобилни приложения. Те служат за показване как съдържанието ще бъде организирано в „екрани“ или секции и как потребителят може да премине от една секция на вашата услуга в друга.

11. **Core Page** - рекламно-целевите страници (landing pages) за превръщането на потребителите в клиенти. Една или повече страници, част от уеб сайт, създадени, за да „посрещат“ посетители, които са насочени към сайта при маркетинговите кампании на бранда, и за постигането на определен резултат, изразяващ се в конкретно действие - попълването на кратка форма, чрез което потребителят оставя своите данни за контакт на компанията или прави запитване директно.

**Маркетингови цели** на бранда:

- Регистрация на потенциален клиент, която ще доведе до продажба на продукт или услуга, предлагана от бранда;
- Профилиране на потребителя, за да се изгради персонализирана маркетингова комуникация;
- Представяне на уникалните характеристики на бранда и това, което той предлага, като същевременно се отговаря на най-важните въпроси, които потребителите обикновено имат.

<https://www.whiz.bg/blog/9-beztsenni-saveta-za-sazdavaneto-na-reklamnotseleva-ueb-stranitsa.html>

## Design Phase

**12. Mood board** – стъпка на вдъхновения и събиране на идеи за визуални елементи със и без анимирани ефекти („лексикон“). Трябва да съдържа визия на:

- Header
- Footer
- Buttons
- Icons
- Images
- Typography
- Cards (feedback from users, products/services, team, blog)
- How to represent our partners, clients - small, big
- Visual asymmetry, spaces

## 13. Wireframe

**Черно-бяла скица, ще пренебрегвате цветовете, шрифтовете.**

Wireframe е нещо средно между хартиен скица и прототип. Спестява време, улеснява откриването на проблеми с използваемостта и позволява на дизайнерите да се съсредоточат върху създаването на солидно потребителско изживяване.

Wireframe е дизайн **с ниско ниво на детайлност** и има 3 основни цели:

- А. Да представи информацията, която ще бъде показана на страницата
- Б. Да дава очертания на структурата и оформлението на страницата (**UI принципите според Нийлсън, Информационна Архитектура**)
- В. Да предаде цялостната посока и описание на потребителския интерфейс

Указания:

1. **Създайте скици за десктоп, таблет и мобилно устройства на всяка страница на вашето приложение.**
2. Поддържайте цветовете си до сивата гама: бял, черен и сивите между тях.
3. Използвайте максимум два общи шрифта, един серифен и един несериен (sans-serif). Показването на йерархията на информацията чрез шрифта все още може да бъде показано чрез промяна на размера на шрифта и дали той е оформен (удебелен, курсив и т.н.).
4. Избягвайте цветни графики и изображения. Използвайте прости правоъгълници и квадратчета с „х“ през средата на полето, за да покажете къде ще бъде поставено изображението. Можете също да направите

същото за видеоклиповете, като използвате триъгълник като бутон за възпроизвеждане в центъра на полето.

#### 5. Не забравяйте да проектирате и предвидите Core Page

Инструменти:

- Balsamiq <http://balsamiq.com>
- Mockingbird <http://gomockingbird.com> (free)
- Moqups <http://moqups.com> (free)
- Mockflow <http://www.mockflow.com>
- UXPin <http://uxpin.com>
- Pencil Project <http://pencil.evolus.vn> (free)

#### 14. Прототип –

**С високо ниво на детайлност** са по-подходящи, когато сте на по-късните етапи на проектиране и мислите за неща като брендиране, външен вид и други детайли (анимиране). Прототипът с високо ниво на детайлност ви позволява да се доближите максимално до реалния продукт, но все пак на по-ниска цена.

Инструменти:

More others: <https://collections.design/>

- Sketch (Mak) <https://www.sketch.com/>
- Figma <https://www.figma.com/pricing/>
- Adobe XD <https://www.adobe.com/products/xd>
- Axure <http://axure.com>
- FluidUI <http://fluidui.com>
- Hotgloo <http://hotgloo.com>
- iRise <http://irise.com>
- Just In Mind <http://justinmind.com>
- Pidoco <http://pidoco.com>
- Proto.io <http://proto.io>
- Protoshare <http://protoshare.com>
- UXPin <http://uxpin.com>

The products I can recommend as serious contenders (and reasons) include:

- Adobe XD
- Bohemian Sketch
- Figma
- InVision Studio
- Principle\*
- Tumult Hype\*
- Affinity Design
- Framer X

15. **Style Guide** – Трябва да съдържа: Colors, Typography, Icons, Logo, Buttons, Forms, Size, Contrast, Arrangement in space

16. **UML диаграма**

## Test phase

17. **Оценяване на прототипа – тест за използваемост.** Заснемане на клип или направете снимка/и как се тества приложението от потребител/и (да се виждат потребителя и тестваното приложение).

Защо оценяваме, какво оценяваме, къде и кога оценяваме? Методи на оценяване: наблюдение, допитване до потребителите, допитване до експерти, тестване или моделиране. Типове оценяване: лабораторно с потребители, в реални условия с потребители и проучвания, които не включват потребители. Избор на подход при оценяването: наблюдения, интервюта, въпросници (вкл. онлайн), тестове, срещи. Етични норми.

## Production and Feedback phase

18. **Програмиране** - Реализация на интерфейса според UI принципите на Нийлсън (прозорци, менюта, модели, графика, анимация, цветове, типографи и др.) и **Информационна Архитектура** - Структуриране на информацията.
19. Тестване на интерфейса и приложението, Screen shots. (Google form – проучване на потребителите след тест за използваемост)
20. **Презентиране** – Представяне на отбора и всеки един от отбора трябва да представи дадена част от проекта (съгласуваност, синхрон между съотборниците и артистичност - комуникация).

<https://masterdesignblog.com/what-is-ux-design-explained-in-9-easy-steps/>

<https://www.interaction-design.org/literature/article/7-ux-deliverables-what-will-i-be-making-as-a-ux-designer>

See you User Flow: A Key Part of the Design Process in

A Guide to Understanding (and Utilizing) User Flow <https://www.springboard.com/blog/user-flow/>