Учреждение образования

«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Дизайн пользовательских интерфейсов

Студент: Ярохович С.А.

ФИТ 2 курс 10 группа

Преподаватель: Барковский Е.В.

Минск 2025

1. **Целевая аудитория:**

**1) Функционал продукта и его преимущества**

Примерный функционал приложения и соответствующие преимущества:

* Онлайн-запись на ремонт и техническое обслуживание: экономия времени пользователя на звонках и визитах в автосервис.
* Напоминания о предстоящем ТО: снижение риска забыть о важном обслуживании автомобиля.
* Онлайн-консультации с механиками: решение вопросов удалённо, без необходимости посещения автосервиса.
* Сравнение цен и услуг: пользователи могут выбрать выгодные и подходящие им условия.
* Отзывы о качестве услуг: помощь в выборе надёжного автосервиса.

**2) Список людей с потребностями в вышеуказанных преимуществах**

Аудитория, заинтересованная в таких функциях, может включать:

* Владельцев автомобилей (личные или рабочие).
* Людей с загруженным графиком, которым важно оптимизировать время.
* Автолюбителей, стремящихся получать качественный и прозрачный сервис.

**3) Общие факторы целевой аудитории**

**Основные характеристики:**

* Возраст**:** от 18 до 60 лет (активные водители).
* Пол**:** мужчины и женщины.
* Месторасположение**:** жители городов, пригородов и сельской местности.
* Уровень доходов: средний и выше.
* Уровень образования: среднее и высшее.
* Семейное положение: семейные и холостые.
* Род занятий: автолюбители, офисные работники, предприниматели, логисты, таксисты.

**4) Психография пользователей**

* Интересы**:** автомобили, ремонт и обслуживание техники, технологии.
* Хобби**:** автоспорт, путешествия на машине.
* Образ жизни**:** активный, мобильный, ценящий удобство.
* Поведение**:** привычка использовать мобильные приложения, поиски выгодных и качественных решений.

**5) Сегментация целевой аудитории**

**Сегменты:**

1. **Новички в ремонте автомобилей:**
   * Недавние владельцы авто.
   * Вопросы: "Что нужно для ТО?".
   * Используют приложение для получения базовой информации и консультаций.
2. **Профессионалы и автолюбители:**
   * Увлекаются ремонтом, имеют опыт.
   * Используют приложение для сравнения цен и услуг.
3. **Загруженные пользователи:**
   * Люди с плотным графиком.
   * Интересуются быстрым и удобным решением их автомобильных задач.
4. **Мобильные пользователи:**
   * Часто находятся в пути.
   * Предпочитают использовать приложение через смартфон.
5. **User Persona**

**Персонаж 1:**

Имя: Анна Павлова.

Пол: Женский.

Возраст: 21 год.

Местоположение: Минск, Беларусь.

Семейное положение: не замужем.

Род занятий: Студентка.

Степень вхождения: Новичок в эксплуатации автомобиля. Недавно приобрела свой первый автомобиль.

Контекст использования: Активно ищет информацию онлайн через смартфон. Доверяет отзывам и рейтингу пользователей.

Цели: Узнать базовую информацию о техническом обслуживании автомобилей и найти автосервис с отзывами, которому можно доверять.

Проблемы взаимодействия: Недостаток опыта в использовании автомобиля. Сложности в поиске подходящего сервиса без рекомендаций.

**Персонаж 2:**

Имя: Олег Коваленко

Пол: Мужской

Возраст: 42 года

Местоположение: Минск, Беларусь

Семейное положение: Холост

Род занятий: Автомеханик

Степень вхождения: Постоянный пользователь. Имеет опыт эксплуатации автомобилей и ремонта, увлекается автоспортом.

Контекст использования: Предпочитает десктопную версию для сравнения цен на услуги и запчасти. Находит подходящие автосервисы с нужными условиями.

Цели: Сравнивать цены и условия на услуги, получать доступ к специализированному ремонту.

Проблемы взаимодействия: Иногда сложно найти оптимальные предложения по качеству и цене.

**Персонаж 3:**

Имя: Алексей Смирнов

Пол: Мужской

Возраст: 36 лет

Местоположение: Минск, Беларусь

Семейное положение: Женат, двое детей

Род занятий: Руководитель отдела продаж

Степень вхождения: Пользователь, который иногда возвращается. Использует приложение для планирования обслуживания.

Контекст использования: Чаще взаимодействует через мобильную версию приложения на работе или в машине между встречами.

Цели: Удобное планирование ТО автомобиля, чтобы минимизировать временные затраты.

Проблемы взаимодействия: Недостаток времени для изучения всех возможностей приложения.

**Персонаж 4:**

Имя: Сергей Иванов

Пол: Мужской

Возраст: 25 лет

Местоположение: Минск, Беларусь

Семейное положение: Холост

Род занятий: Курьер

Степень вхождения: Новичок. Часто использует приложение для записи в автосервис, находясь в пути.

Контекст использования: Использует мобильное приложение на ходу, доверяет быстрым и удобным решениям.

Цели: Быстро находить ближайшие автосервисы и записываться на техническое обслуживание.

Проблемы взаимодействия: Частое перемещение мешает глубоко изучать функционал приложения.

Задание также представлено в Figma.

1. **User Story:**

См. Figma.

1. **Use Case:**
2. **Use Case 1:**

**Название:** Запись на техническое обслуживание.

**Участники:** Пользователь приложения.

**Предусловия:**

1. Пользователь установил приложение.
2. У пользователя есть зарегистрированный аккаунт.
3. У пользователя есть техническое средство передвижения.

**Триггер:** Пользователь получил уведомление о необходимости пройти техническое обслуживание автомобиля.

**Базовый сценарий:**

1. Пользователь открывает приложение на смартфоне.
2. Нажимает на раздел "Запись на ТО".
3. Указывает желаемую дату и время.
4. Подтверждает запись.
5. Получает уведомление с подтверждением записи.

**Результат:** Пользователь успешно записался на ТО, выбрав удобное место и время.

1. **Use Case 2:**

**Название:** Изучение отзывов.

**Участники:** Пользователь приложения.

**Предусловия:**

1. Пользователь установил приложение.
2. Автосервис имеют отзывы, отображаемые в приложении.

**Триггер:** Пользователь хочет выбрать сервис с наилучшими отзывами.

**Базовый сценарий:**

1. Пользователь заходит в приложение.
2. Открывает раздел "Отзывы".
3. Читает отзывы и рейтинг других клиентов.
4. На основе отзывов делает выбор автосервиса.

**Постусловие:** Пользователь выбрал автосервис на основе отзывов.

1. **См. Figma.**
2. **См. Figma.**
3. **Выводы:**

Составленные job story демонстрируют разнообразные потребности пользователей приложения "Автосервис" в различных контекстах и с учетом их целей, мотивации и результатов взаимодействия.

Каждая job story показывает, что именно ситуация пользователя определяет, как и зачем он взаимодействует с приложением. Например, срочность ремонта, отсутствие времени или желание найти оптимальные условия формируют конкретные сценарии использования.

Стоит отметить, чтопользователи с разным опытом (новички, профессионалы, мобильные пользователи) имеют отличающиеся запросы.

Цель пользователя — достижение конкретного результата, например, удобная запись, устранение проблемы или экономия времени. Приложение должно быть максимально ориентировано на достижение этих результатов.

Исходя из всего вышеперечисленного, приложение должно учитывать тревоги пользователей, такие как нехватка времени или недостаток опыта, и предлагать интуитивно понятные инструменты для достижения цели.