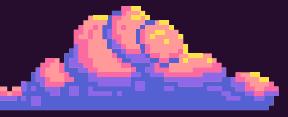
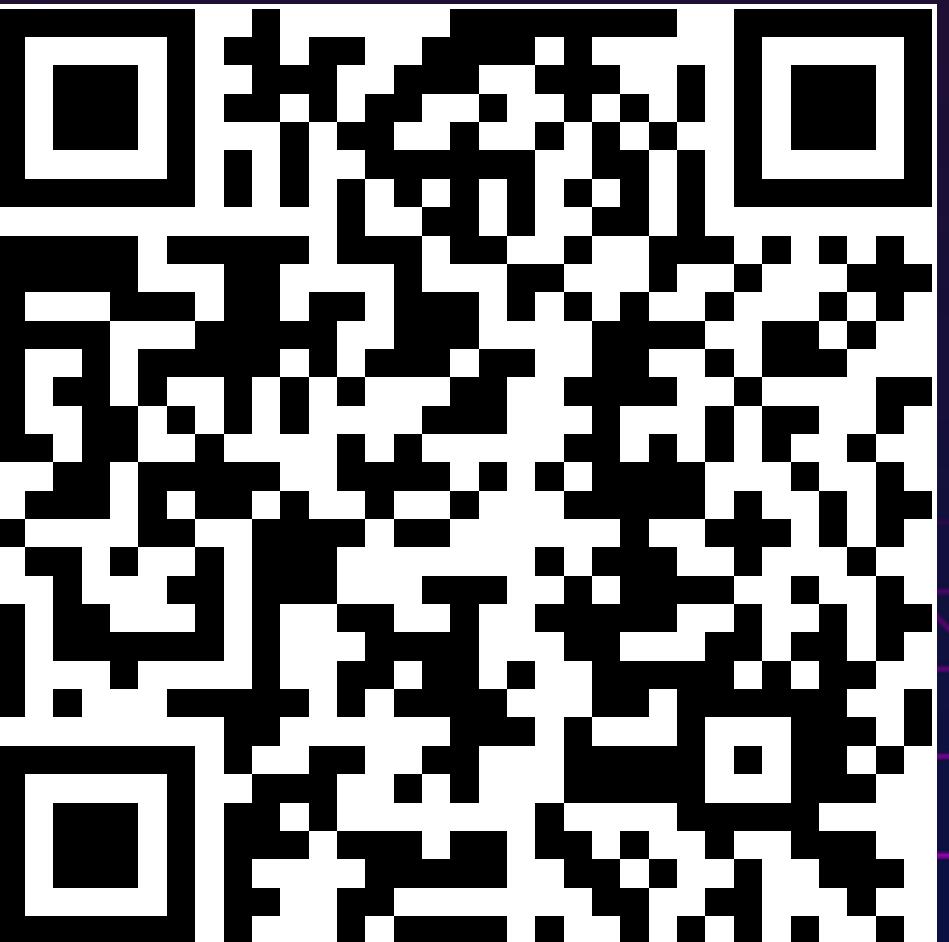


# OUR COMMUNITY



สามารถเข้าคอมมูนิตี้  
**MIGHTY NETWORK**  
แลกเปลี่ยนความรู้ พูดคุยกับเพื่อน  
ๆ และแนะนำตัว

**MIGHTY NETWORK**  
(UX/UI)



# WHAT'S IN MIGHTY NETWORK

COURSE  
MATERIAL

## OFFICE HOURS

UX/UI Design 101

Events

Upcoming

TUE, MAY 16 • 8:00PM • Repeat Event  
Fon - Office Hour  
Zoom Meeting  
1 going · UX/UI Design 101

THU, MAY 18 • 7:00PM • Repeat Event  
Live hour  
Zoom Meeting  
1 going · UX/UI Design 101

## FEED

UX/UI Design 101

Course Material

Overview

Class 1

Presentation

Homework

UX/UI Design 101

Feed

Share what's on your mind...

Showing everything

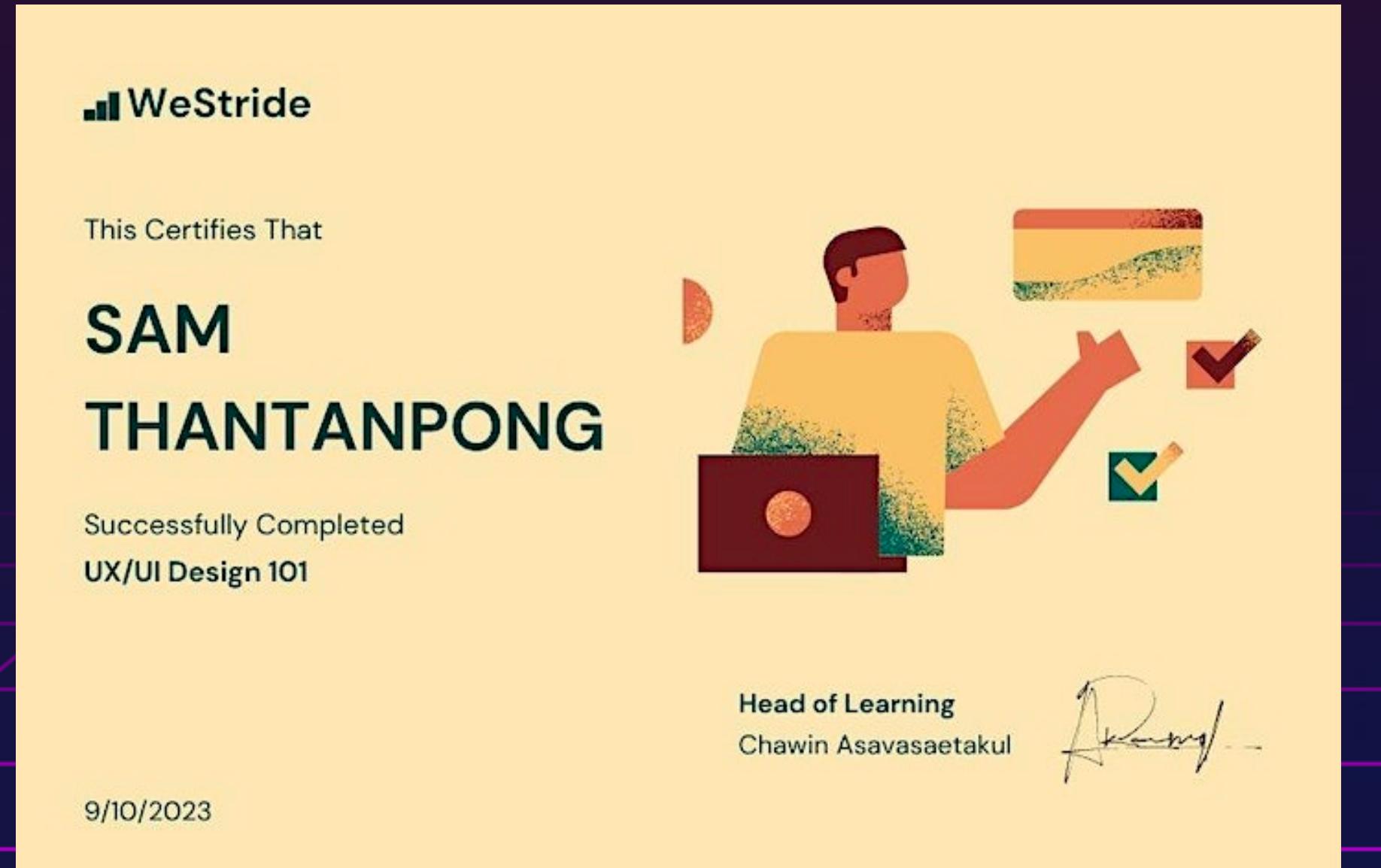
SORTED BY LAST ACTIVITY

Chonnakarn Rungjaroenporn  
Host • เล่นเกมมือถือ  
ขึ้นดีต้อนรับเข้าสู่ UX/UI Design 101 นะค่ะ

UX/UI Design 101 Posted now

Share your thoughts...

# CERTIFICATION

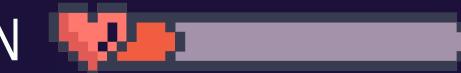


## CERTIFICATION

เมื่อเรียนจบแล้วจะได้ใบประกาศนียบัตร  
จาก **WESTRIDE**  
โดยสามารถแจ้งความต้องการผ่าน  
**MIGHTY NETWORK**

# MENTOR PEAK WIN

FON



Product Designer  
OOZOU

PEAK



UX/UI Designer  
Mae Fah Luang University

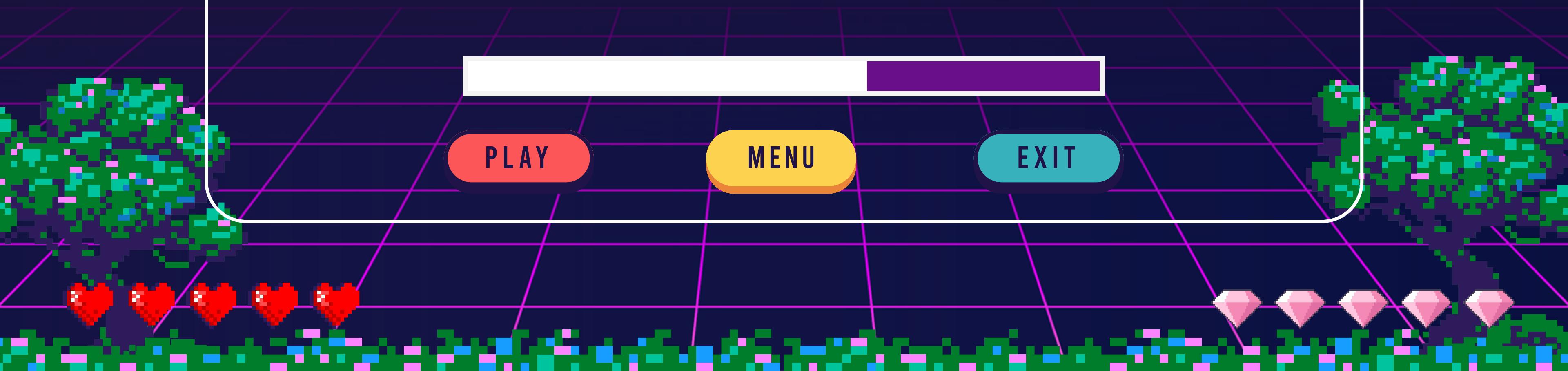
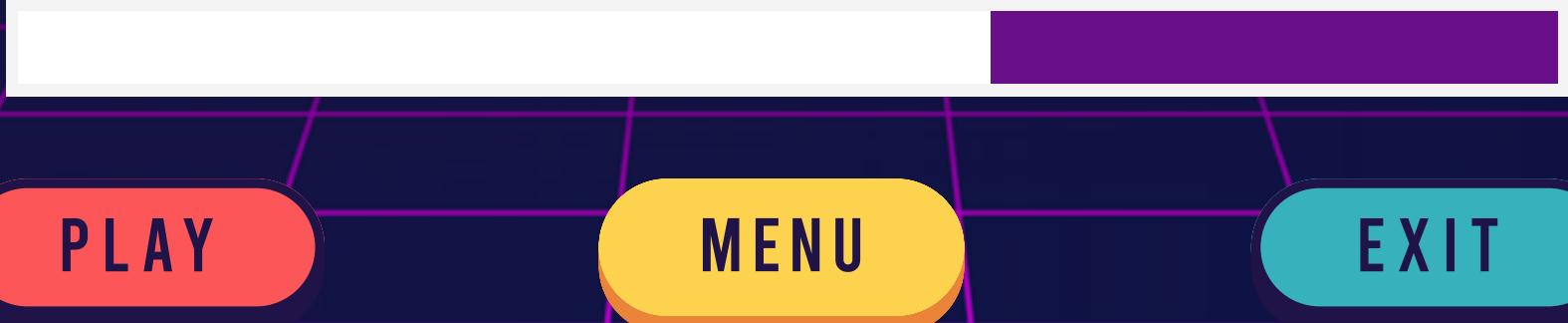
VS

EXIT

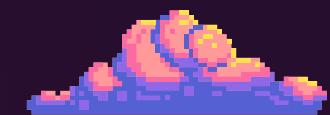


HOUR 2 :

# EMPATHIZE THE USER



# CHOOSE YOUR MISSION



UX RESEARCH?



TYPE OF RESEARCH



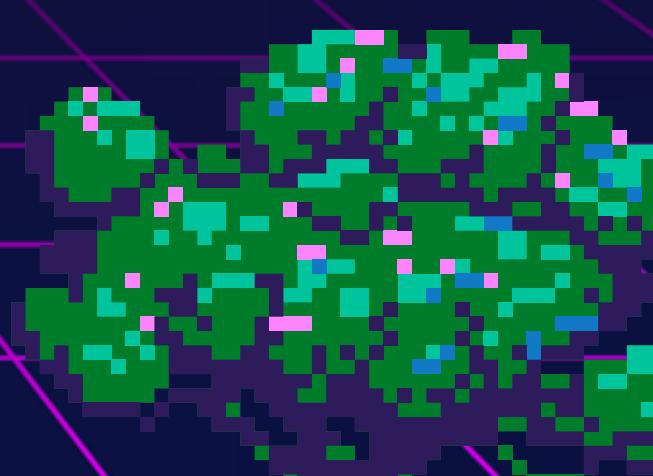
UX RESEARCH PROCESS



RESEARCH METHOD



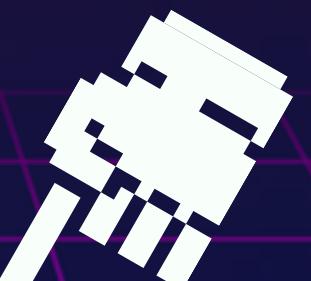
COMPETITOR RESEARCH





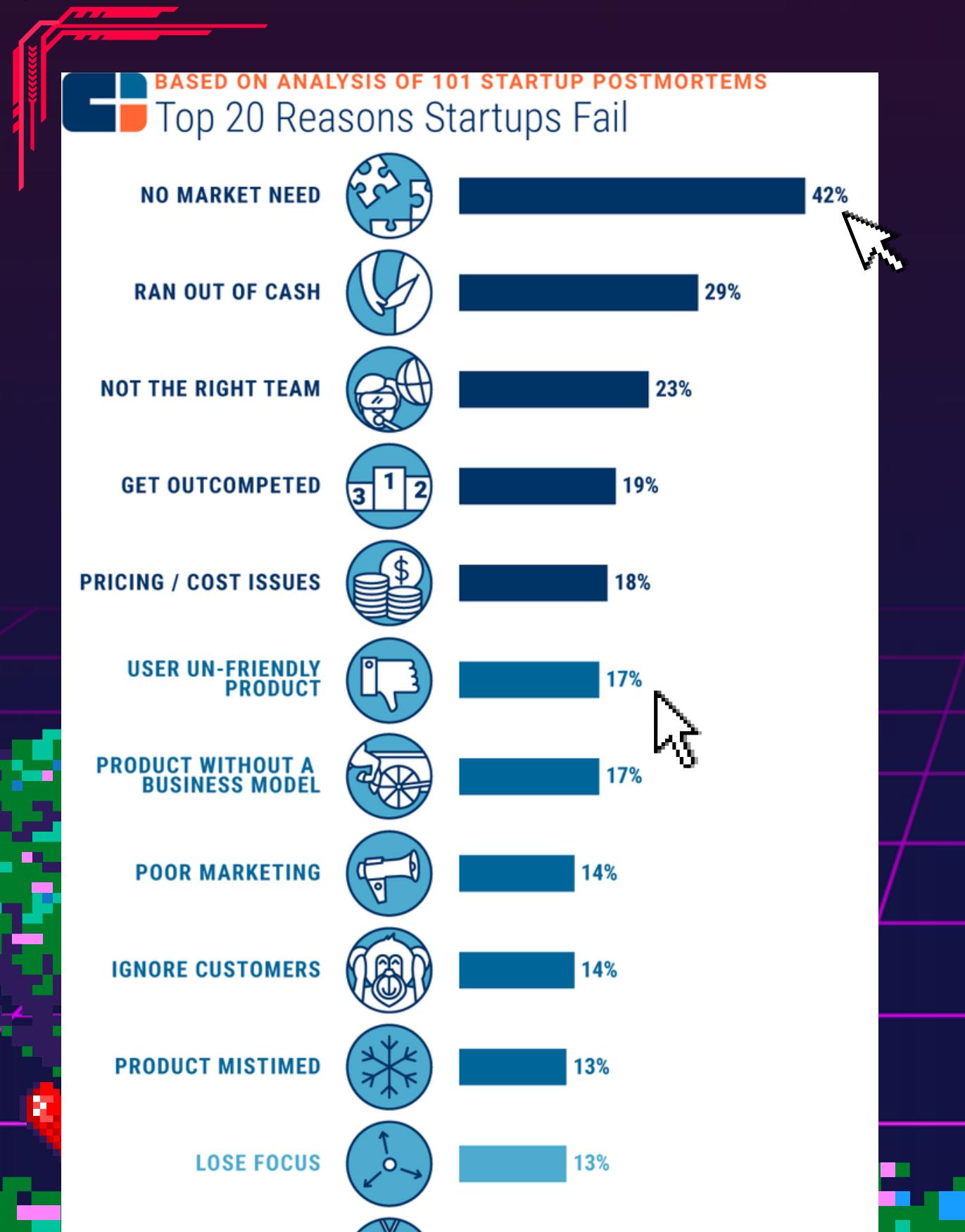
# UK RESEARCH?

ขั้นตอนในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงประสบการณ์ของผู้ใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่หรือผลิตภัณฑ์ที่กำลังจะมีแผนสร้างขึ้น

- USER BEHAVIORS
  - NEEDS
  - MOTIVATIONS

# OBSERVATION & FEEDBACK

# 2018

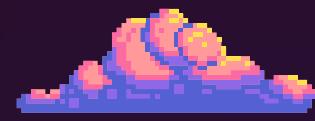
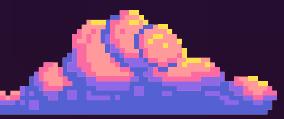


# 2023

CB INSIGHTS

## Top reasons startups fail



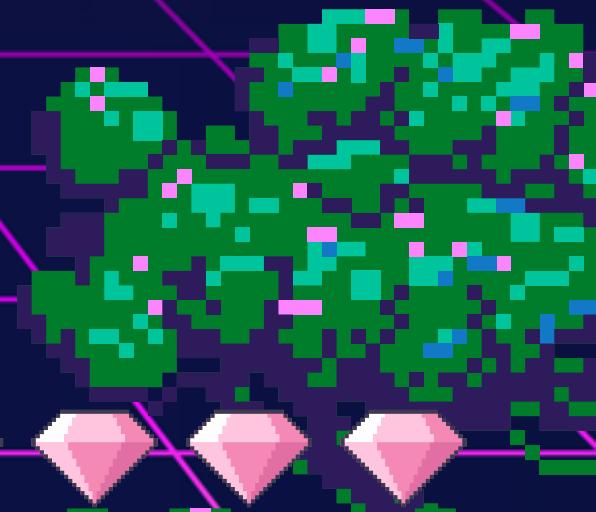
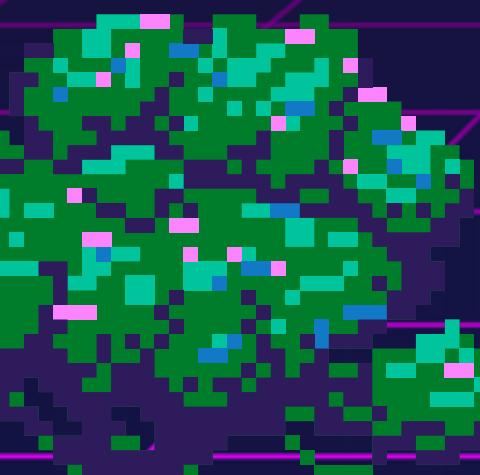


กลุ่มผู้ใช้งานของเราเป็นใคร?  
พวคเขามาจากไหน?

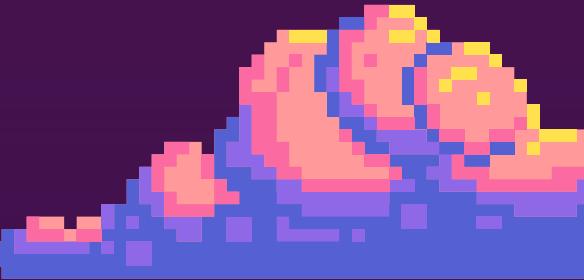
พวคเข้าต้องการอะไร?



ทำไมพวคเข้าต้องการจะใช้งาน  
ผลิตภัณฑ์ของเรา?



# ໄລ້ວິທາຄວສ Research ຂ່າງໄກນບ້ານ?





# FOUNDATIONAL RESEARCH

คำถามที่ควรหาคำตอบ

What should we build?

What are the user's problems?

How can we solve those problems?

Am I aware of my own biases, and am I able to filter them as I do research?

**Interviews**

**Surveys**

**Focus groups**

**Competitive audit**

**Field studies**

**Diary studies**

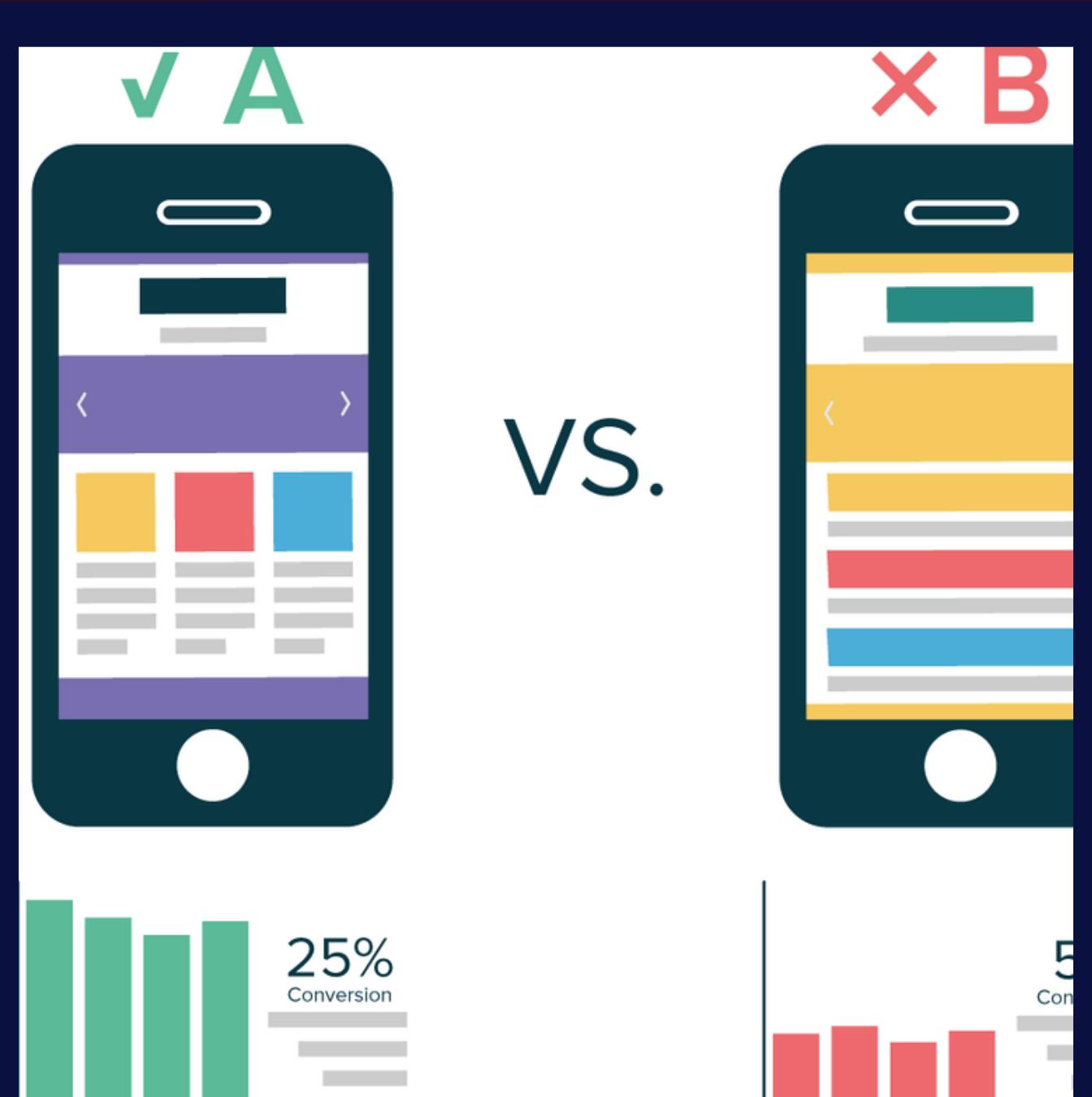


# DESIGN RESEARCH

อยู่ในช่วง Design stage โดยกำเพื่อให้งานออกแบบของเรา  
เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ และเพื่อลดความเสี่ยง ทุกครั้งที่  
เราสร้างเวอร์ชันใหม่ของการออกแบบ ควรทำการ research  
เพื่อประเมินว่าสิ่งใดใช้ได้ดีและสิ่งใดจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง

คำถามที่ควรหาคำตอบ  
How should we build it?

A/B testing  
Cafe or guerrilla studies  
Card sorting  
Intercepts



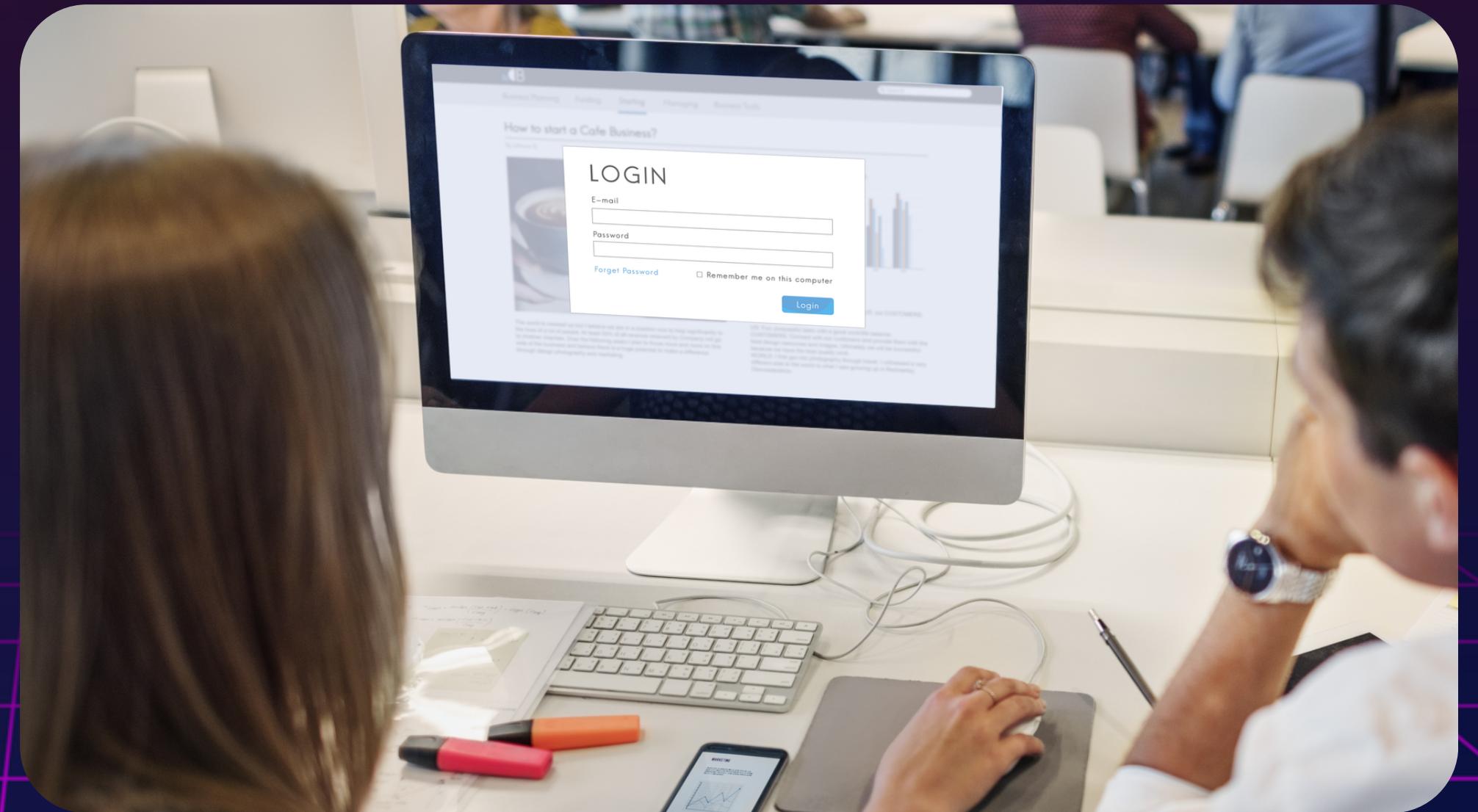
ภาพจาก Packt

# POST-LAUNCH RESEARCH

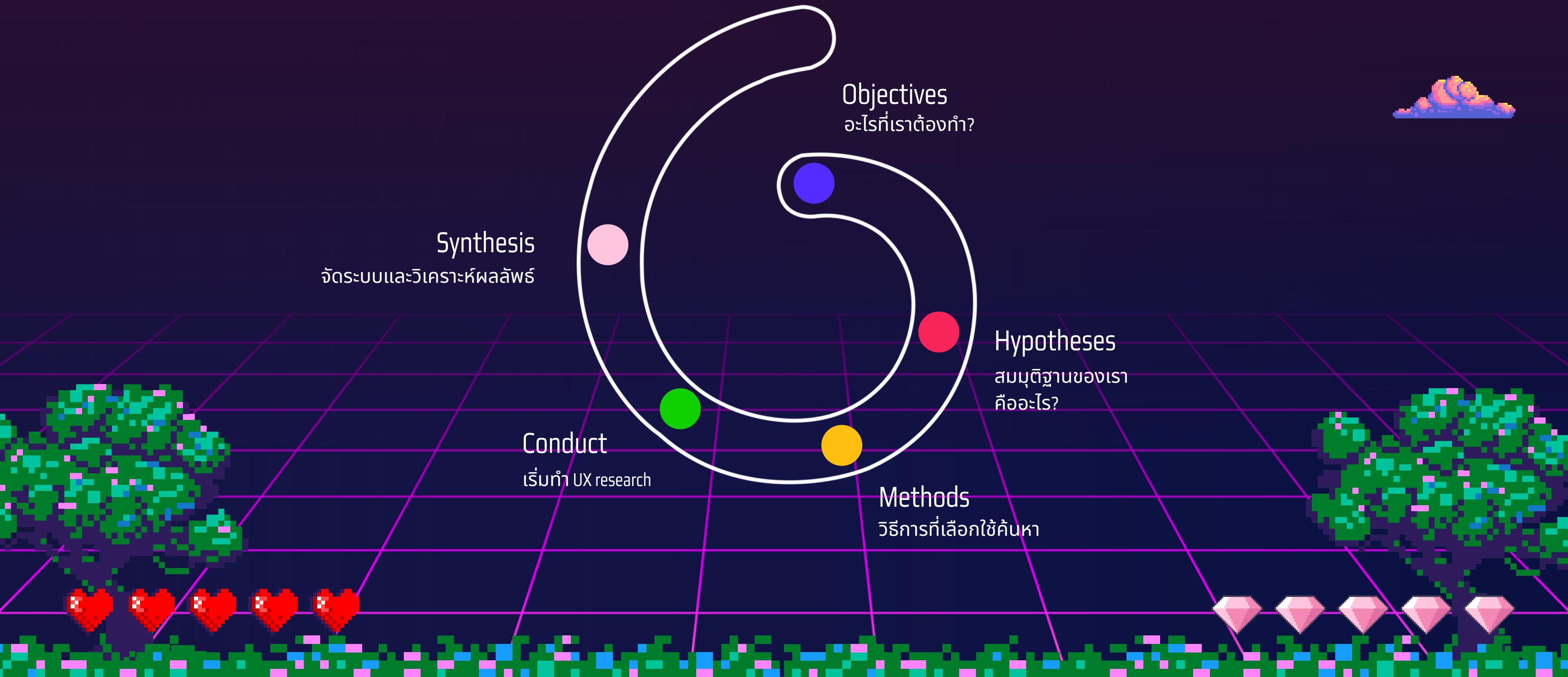
เป็นการทําร esearch หลังจากตัว Product  
ของเราปล่อยสู่ตลาดไปแล้ว เพื่อเช็คว่า Product  
ของเรายังคงตอบโจทย์ต่อผู้ใช้งานหรือไม่ อย่างไร?

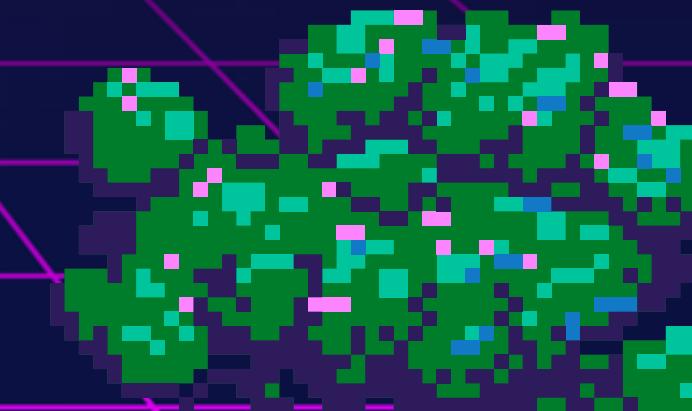
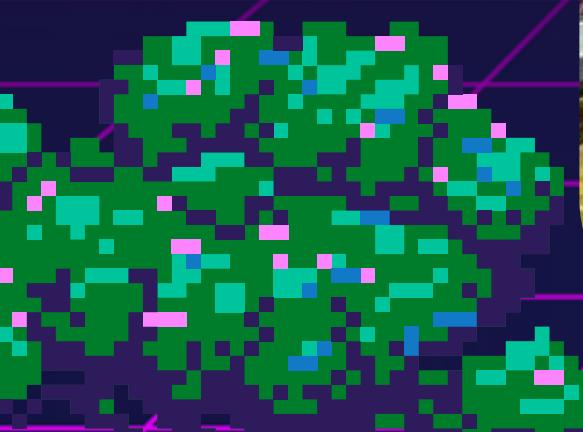
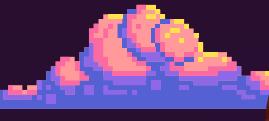
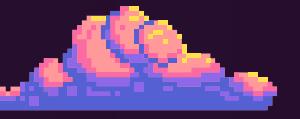
คำถามที่ควรหาคำตอบ  
Did we succeed?

**Usability studies**  
**A/B testing**  
**Surveys**  
**Logs analysis**



# UX RESEARCH PROCESS





# TYPE OF UX RESEARCH



## QUALITATIVE

แบบชิดกับ USER ค้นหาว่าพวกรู้สึกยังไง, อะไรที่สังเกตเห็น, อะไรที่เข้าคิด

Method : Interview, Observation



## QUANTITATIVE

แบบชิดกับ USER ค้นหาว่าพวกรู้สึกยังไง, อะไรที่สังเกตเห็น, อะไรที่เข้าคิด



Method : Survey, Web analytics



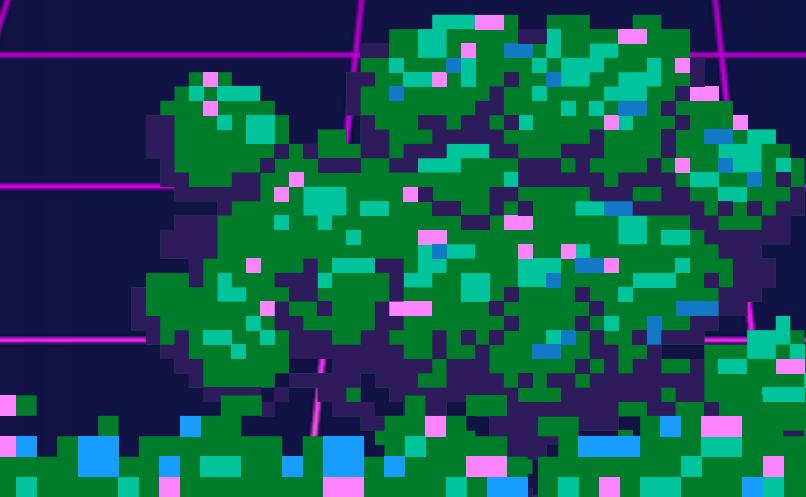
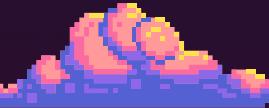
## BEHAVIOURAL

วิเคราะห์ Body LANGUAGE, ท่าทาง, การแสดงออก



## ATTITUDINAL

ค้นหา Mindset ที่แท้จริง ในความเห็นของพวกรู้สังเกตผู้ใช้งาน



# RESEARCH METHOD



**Qualitative**  
(Why/How)

Usability  
Testing

Field  
Studies

Tree Testing

Diary Studies  
Focus Groups  
User Interviews

**Attitudinal**  
(What people say)

**Behavioral**

(What people do)

Eye-Tracking

A/B Testing

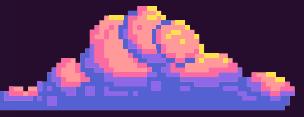
Analytics

Five-Second Testing  
Surveys

Card Sorting

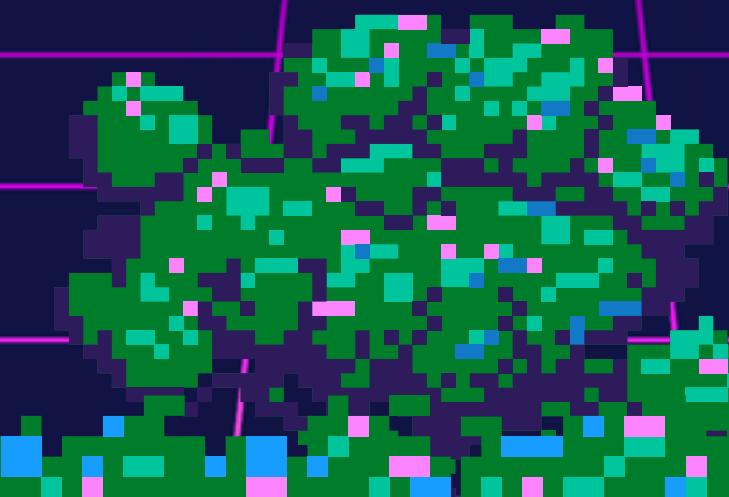
**Quantitative**  
(How much/How many)





# QUALITATIVE USER RESEARCH:

- จะเน้นการถามว่า **mh4u**[ทำไม]
- จัดหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และปัญหาที่เจอ
- มุ่งเน้นตัวอย่างข้อมูลขนาดเล็ก ๆ
- พัฒนาความเข้าใจเชิงลึกของหัวข้อและปัญหานี้ ฯ
- เก็บข้อมูลผ่านการสังเกตและศึกษาโดยตรง

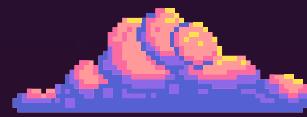




# CASE STUDY : INTERVIEW

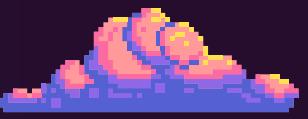
การสัมภาษณ์ผู้ใช้งานหรือผู้ที่มีส่วนร่วมกับ  
PRODUCT โดยตรงเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก





# CASE STUDY : FOCUS GROUP

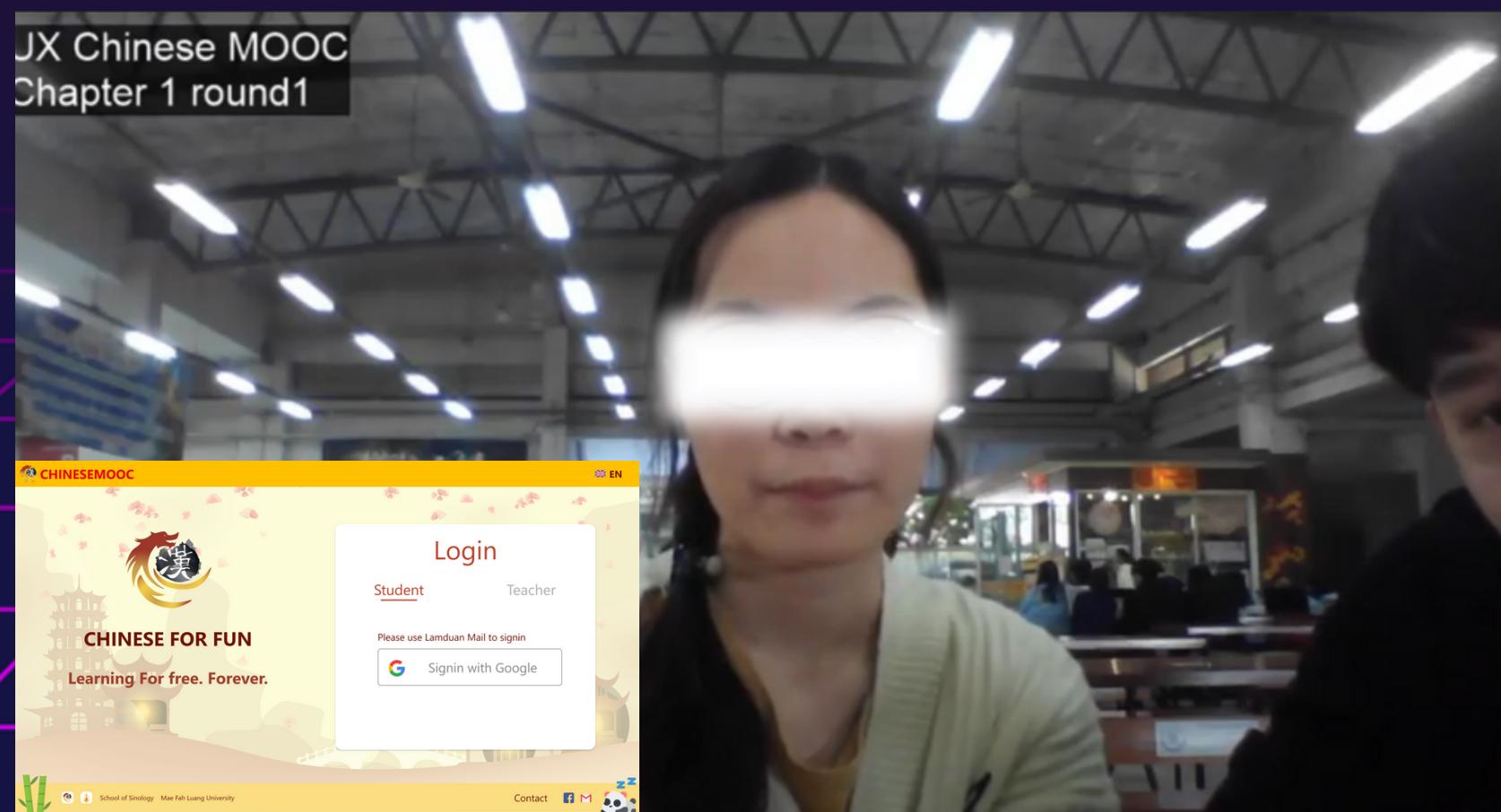
การระดมสมองเพื่อหาวิธีแก้ปัญหาเรื่อง ๆ เดียว เป็นกลุ่ม โดยผู้คนที่ต่าง อายุ เพศ และตำแหน่งการทำงาน เพื่อค้นหาไอเดียที่ดี, ความสร้างสรรค์, ข้อจำกัด, และสิ่งที่ทุกคนต้องเข้าใจ

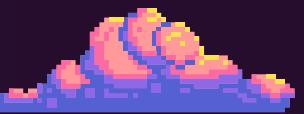
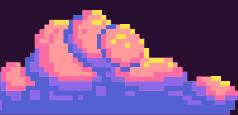




# CASE STUDY : USABILITY TESTING

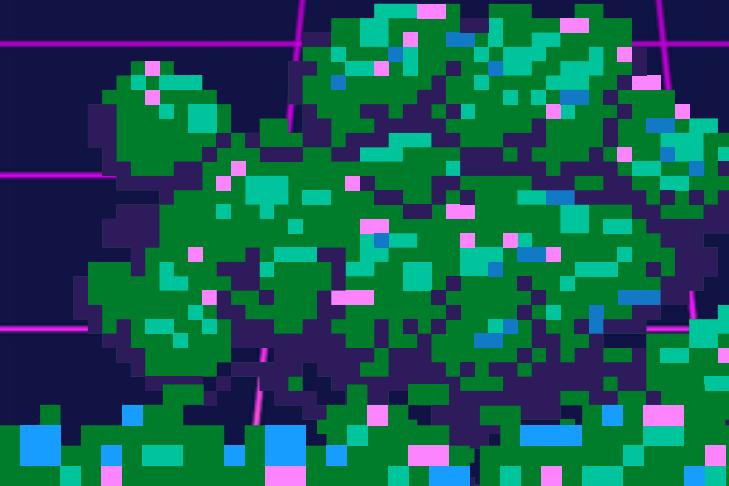
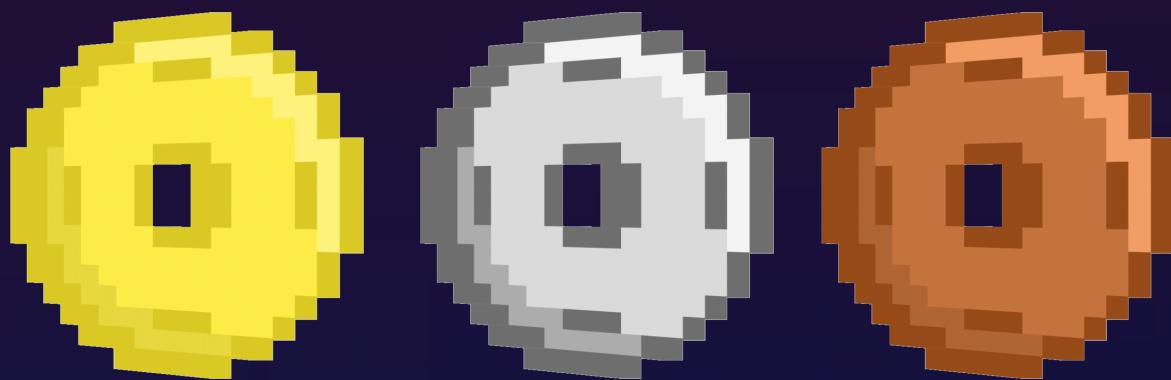
ผู้เข้าร่วมต้องใช้งาน PRODUCT ที่เราให้ทดสอบ  
และให้คำต่อว่าจากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลของเรามาด้วย

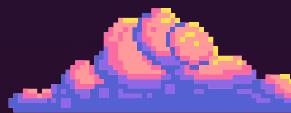




# QUANTITATIVE USER RESEARCH:

- จะเน้นการถามว่า **WHAT**(อะไร),  
**WHERE**(ที่ไหน), **AND WHEN**(เมื่อไหร่)
- จัดหาข้อมูลที่เป็นเชิงเปรียบเทียบและคำนวณ  
**ROI**(ผลตอบแทนจากการลงทุน)
- จัดทำชุดตัวอย่างข้อมูลที่ขนาดใหญ่
- วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ตัวเลข, **PATTERN**  
ที่เจาะจง, และสร้างการคาดการณ์
- เก็บข้อมูลทางอ้อมผ่านเครื่องมือที่ **UX**  
**RESEARCH** ต่าง ๆ





# CASE STUDY : SURVEY

การส่งแบบฟอร์มเก็บข้อมูลไปให้ผู้ทดสอบกี  
ลามาก ๆ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงสถิติมาศึกษา



**แบบประเมินความพึงพอใจรายวิชา Chinese 1  
ของระบบ MDL**

แบบประเมินนี้ สร้างขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลผู้ใช้งานโดยตรง เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาระบนให้มี  
ความเสถียรภาพและใช้งานได้ดียิ่งขึ้น ในเวลาในการประเมินเที่ยงคืน 1-2 นาที เท่านั้น!!

tutchapol.mlii@mfu.ac.th (not shared) [Switch account](#)

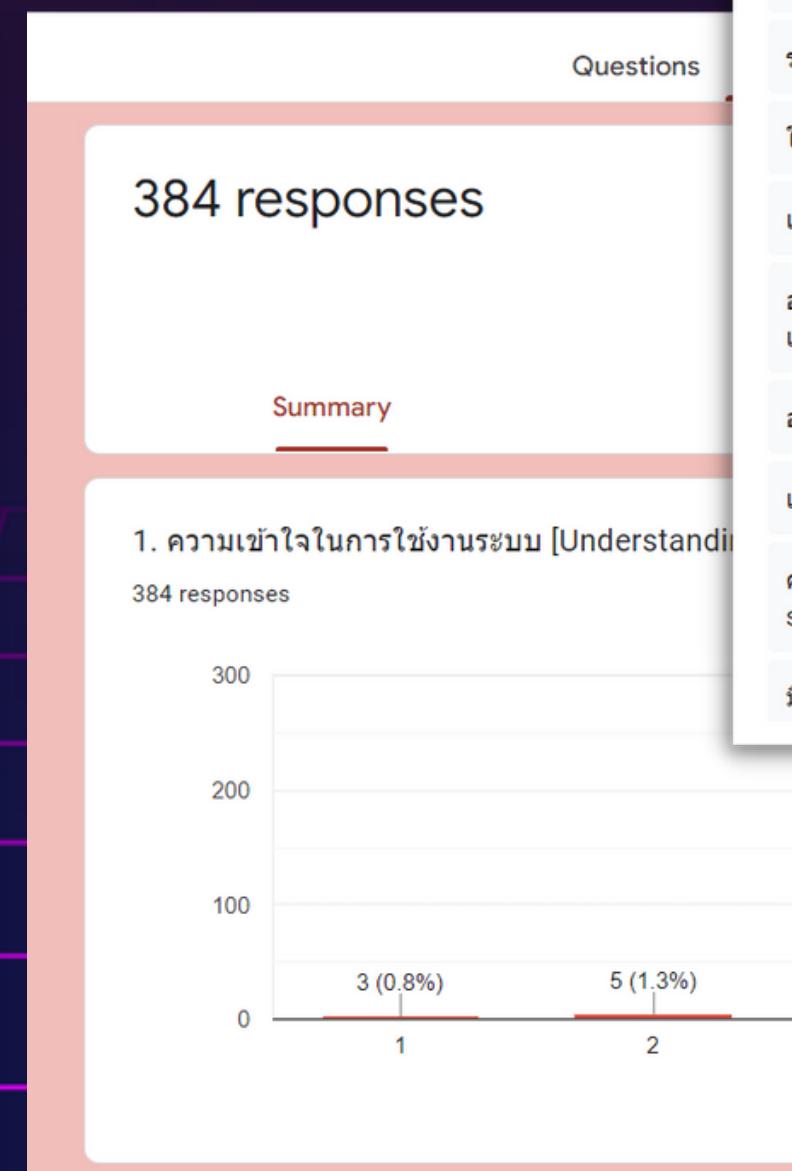
\* Required

1. ความเข้าใจในการใช้งานระบบ [Understanding the platform] \*

1	2	3	4	5	
Not at all likely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremely likely

2. ความง่ายในการเรียนรู้คอร์ส, เนื้อหา, บทเรียน [Easy to learn] \*

1	2	3	4	5	
Not at all Easy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Extremely Easy



6. ถ้าเลือกได้ 1 สิ่งที่คุณอยากให้เราปรับปรุง แก้ไข หรือเพิ่มเติม ระบบและคอร์สเรียนนี้ คุณจะให้เราเพิ่มสิ่งใด?  
[If you could change something from the course, what would be your first priority?]

384 responses

ระบบไม่เสถียร

ให้คำศัพท์อยู่ด้วยกันไปเลยค่ะ ไม่ต้องแยก verb noun มันต้องกดเข้าgodokหลายรอบค่ะ;-;

เพิ่มการฟังเลียงของผู้เรียน ว่าออกเสียงได้ถูกต้องหรือไม่

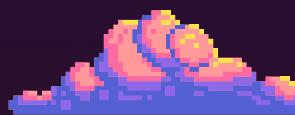
อยากให้ระบบเสถียรขึ้น เนื่องจากบางทีเนื้อหาเขียนมาช้า และเปอร์เซ็นต์ในหน้าคอร์สเขียนว่าไม่เต็ม100 แม้ว่าทำครบหมดแล้ว

อยากรู้ว่าระบบเป็นแอพพลิเคชัน

เรื่องของการเข้าใช้งาน บางทีเปิดเข้าระบบไม่ได้

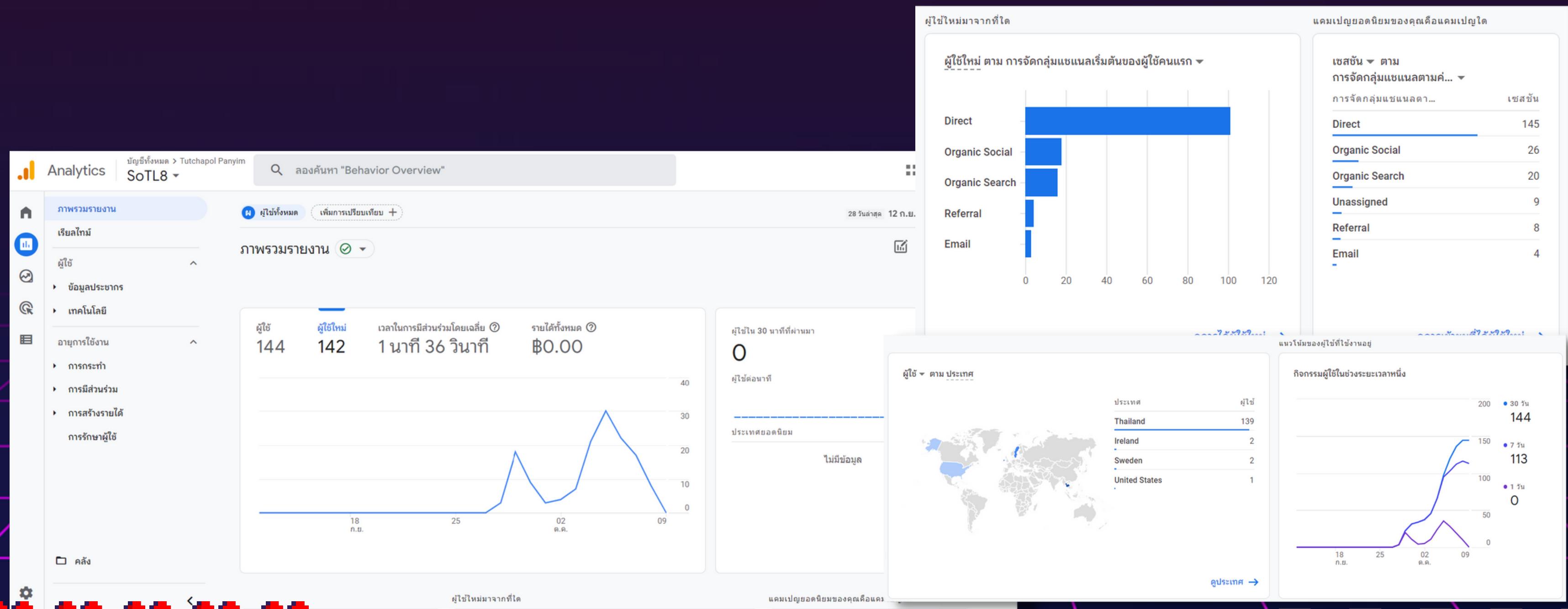
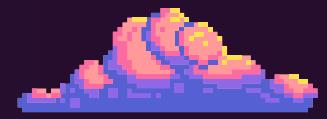
คลิปวิดีโอที่ยกตัวอย่างสถานการณ์ภาษาอุ่นค่ะ ต้องมองที่ตอนที่ตัวลักษณะคนหนูไม่เข้าใจค่ะ เพราะเป็นผู้เริ่มต้น อยากให้มี subtitle ค่ะ 😊 ❤️

มีสรุปรวมว่าหนึ่งเรียนอะไรบ้างดอนท้าย



# CASE STUDY : WEB ANALYTICS

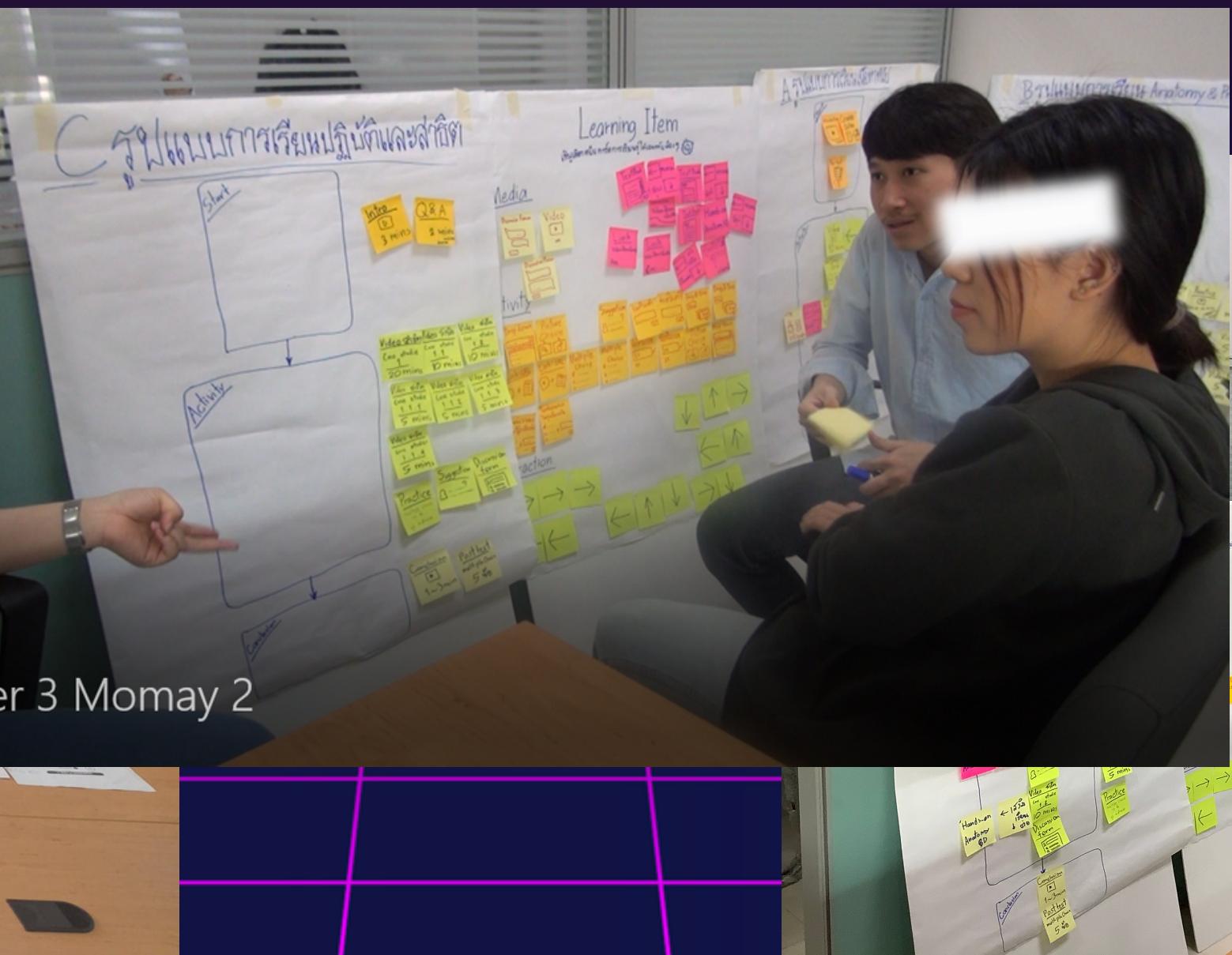
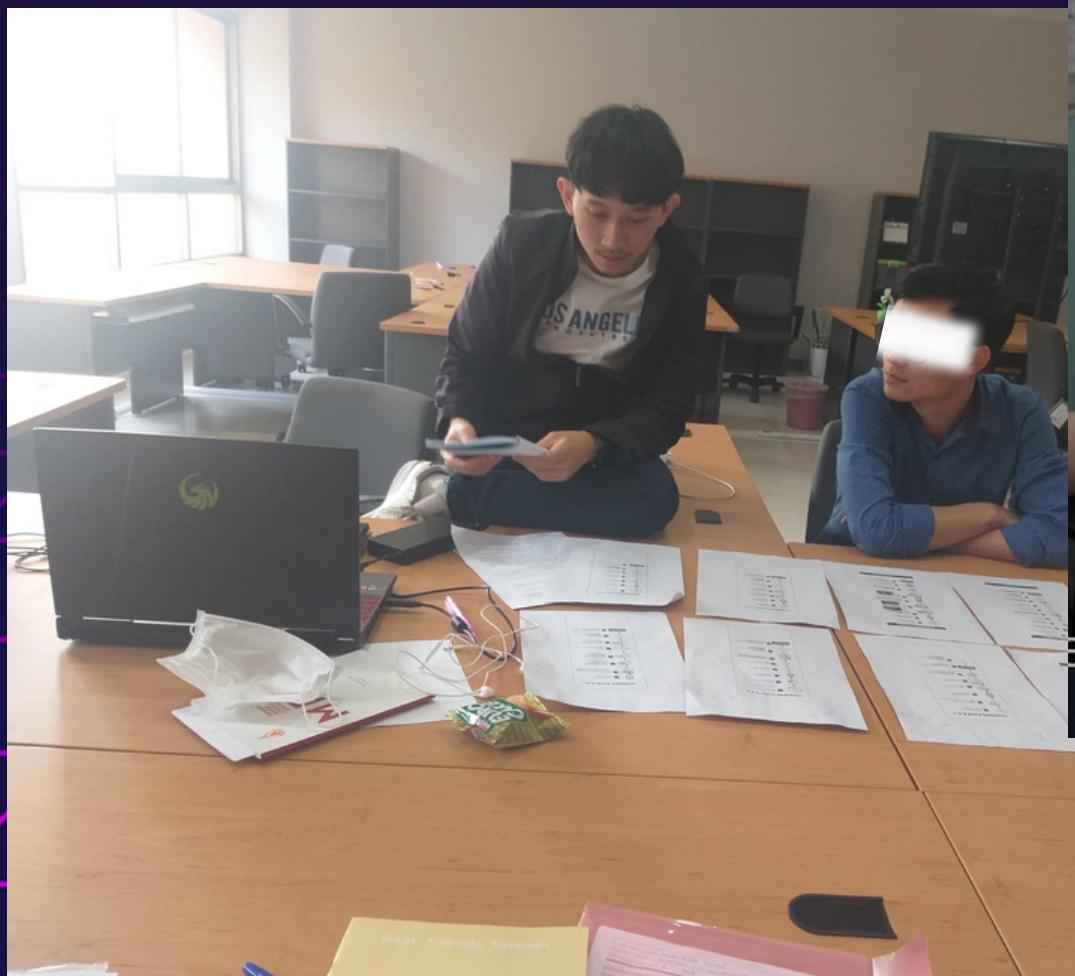
เว็บวิเคราะห์หรือประเมินจุดและการใช้งานต่างๆ  
อุกมาเป็นตัวเลข ให้เราทำไปวิเคราะห์





# CASE STUDY : CARO SORTING

เตรียม MATERIAL ให้ผู้ใช้งาน เรียงลำดับหรือ  
สร้าง PROCESS ตามที่ตัวเองต้องการขึ้นมา  
ตั้งแต่ต้นจนจบ



# COMPETITIVE RESEARCH

ไปสำรวจคู่แข่ง



# COMPETITIVE ANALYSIS

การเปรียบเทียบ กี่แสดงภาพรวม การหาข้อดีข้อเสีย ของแบรนด์คู่แข่ง เปรียบเทียบในทุก ๆ process, การใช้งาน, และการตลาด เพื่อให้เราดูและวิเคราะห์ตัว product ของเราและคู่แข่งในการหาไอเดียจากจุดต่าง ๆ ที่เราไม่เหมือนคู่แข่ง แล้วจะปรับปรุง หรือพัฒนาออกแบบให้เหนือกว่า

STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
<ul style="list-style-type: none"><li>things your company does well</li><li>qualities that separate you from competitors</li><li>internal resources such as skilled, knowledgeable staff</li><li>tangible assets such as intellectual property, capital, proprietary technologies etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>things your company lacks</li><li>things your competitors do better than you</li><li>resource limitations</li><li>unclear unique selling propositions</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>undeserved markets for specific products</li><li>few competitors in your area</li><li>emerging need for your products or services</li><li>press/media coverage of your company</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>emerging competitors</li><li>changing regulatory environment</li><li>negative press/media coverage</li><li>changing customer attitudes toward your company</li></ul>

# COMPETITIVE AUDITS



## DIRECT COMPETITORS

คู่แข่งโดยตรง คือ บริษัทที่มีข้อเสนอคล้ายกับผลิตภัณฑ์ของคุณและมุ่งเน้นไปที่ผู้ซึ่งกลุ่มเดียวกัน



## INDIRECT COMPETITORS

คู่แข่งทางอ้อม ก็สามารถมีชุดข้อเสนอที่คล้ายกันและมีกลุ่มเป้าหมายต่างกัน หรือมีชุดข้อเสนอที่แตกต่างกัน แต่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน

# DETERMINE THE SPECIFIC COMPETITOR ASPECTS YOU WANT TO COMPARE

First impressions

UI Desktop , UI Mobile

Interaction

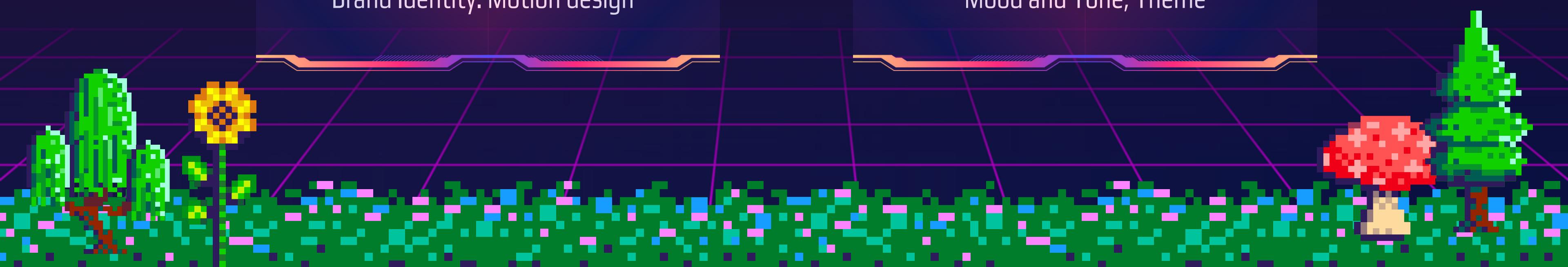
Feature, Accessibility, User flow, Navigation

Visual design

Brand Identity. Motion design

Content

Mood and Tone, Theme



# EXAMPLE

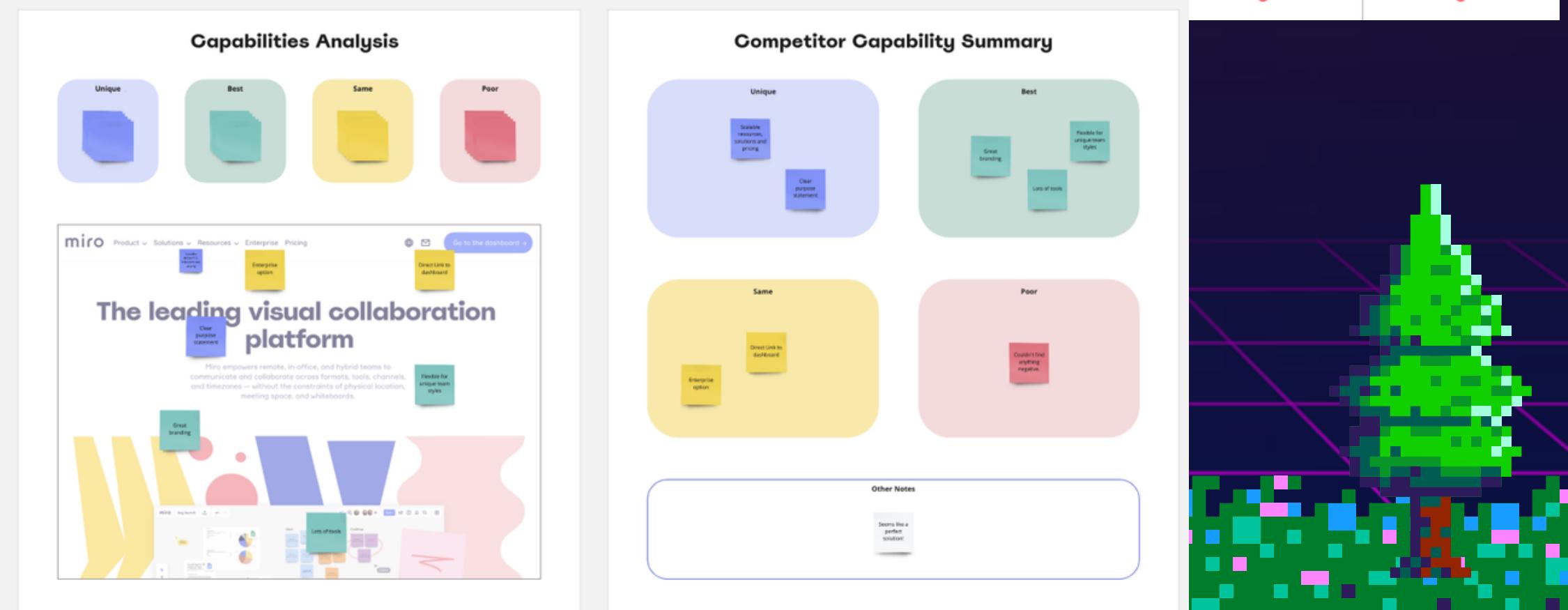
## AN EXAMPLE OF THE ANALYSIS

	PHYSICAL SERVICES				DIGITAL SERVICES					
	Assortment	Home Delivery	Store Pickup	Drive Pickup	Website Experience	Mobile App	Payment	Loyalty program (earn points)	Geography	Customer Support
Competitor N.1	Food not available for online purchase	Available under payment	In 3-5 working days.	Not available	★★★★★ Many domains, overwhelming exp.	1 app: ABC	Online (cards, Paypal) & in store	Optional	X out of Y regions	★★★★★
Competitor N.2	Everything	Available only in XYZ location CAP at €X	Not available	Active in few locations	★★★★★	Not available	Online only For drive pickups, pay at parking	Optional	Y out of X regions	★★★★★
Competitor N.3	Everything	Available in multiple locations CAP at €Y	Not available	Active in XYZ within Z hours	★★★★★ Not modern Can see price only when logged in	2 apps:XYZ and ABC	Online (multiple cards) & cash/cheque	Major partners	Z out of Y regions	★★★★★

Legend: ● yes  
● no

	Uber	Lyft	Taxi
security assistance	●	●	●
sharing ride	●	●	●
timing	●	●	●
see price in advance	●	●	●
order food	●	●	●
sightseeing	●	●	●
rewards	●	●	●

Miro



# HOMEWORK

ให้ทุกคนไปหาวิธีการ **RESEARCH** ที่จะ  
ใช้คับหัวข้อ **PRODUCT** ของตัวเองที่คิด  
เอาไว้ จากการบ้าน **HOUR** และ โดย  
อธิบายว่า จะใช้วิธีไหน, เพื่อะไร, และมี  
วิธีการ **RESEARCH** ยังไง

EXIT

GOOGA

