

Университет ИТМО
Факультет ФПИ и КТ

Финальный Отчёт
ППИ

Студенты:

Синетов Айдар

Ляо Ихун

Скакун Артем Андреевич

Группа: P33131

Преподаватель: Балканский Андрей Александрович

Введение

В России эко-френдли пока что находится только на начальных этапах развития, поэтому наш продукт поможет сделать переход на осознанное поведение и потребление более простым. Так что же это за продукт?

Проведя анализ более развитых стран в сфере эко-френдли, мы сделали вывод, что первый шаг, который делают люди - это сортировка мусора и его переработка. Именно этим и будет заниматься наша компания. Звучит интересно? Мы думаем, что да!

Мы не просто копируем модели уже существующих компаний, но и предлагаем новые фишки, которые сделают осознанное потребление более удобным и интересным!

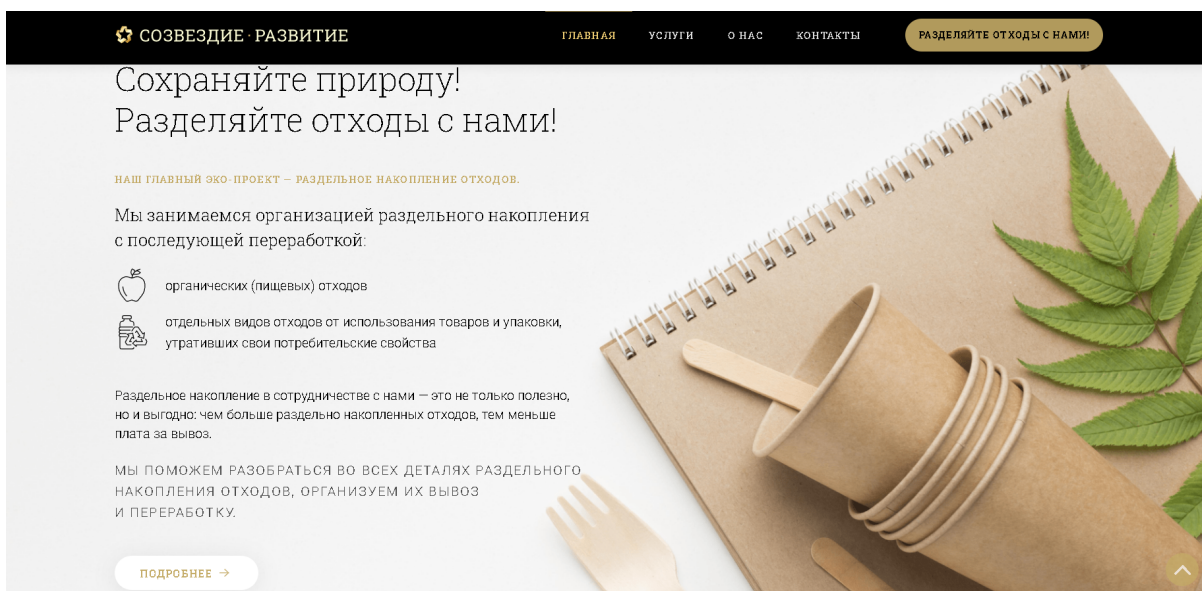
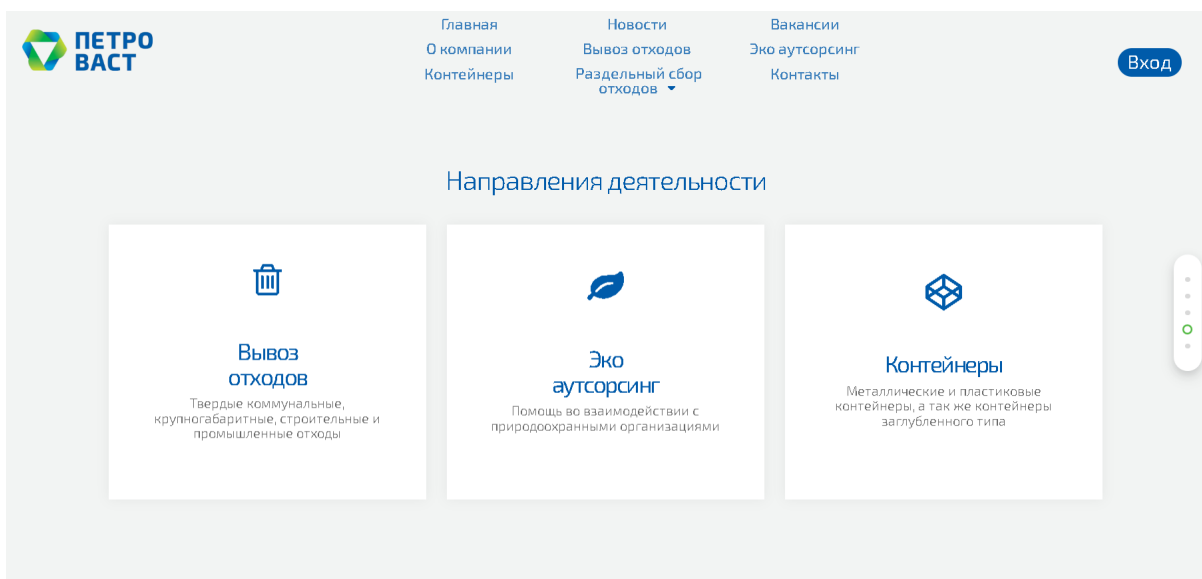
Целевая аудитория

Наша ЦА - это люди, которые заботятся об экологии планеты и у которых рядом с домом нет пунктов сбора мусора или уже существующие не соответствуют стандартам гринписа. Мы считаем, что таких людей уже немало и их становится все больше с каждым годом. Именно такие люди и являются нашими потенциальными клиентами. Они хотят не только заботиться об экологии планеты, но и хотят полной прозрачности в доставке мусора в нужное место и его правильной переработке или утилизации. Клиент выбирает не просто осознанное потребление, а тех, кому он может доверять в сохранении экологии нашей любимой планеты!

Аналоги

Рассмотрим аналоги нашей компании в Санкт-Петербурге, так как изначально мы будем базироваться в этом городе.

Их всего два:



У них такие же цели, как и у нас, но методы сбора мусора и работа с клиентами отличаются. Чем?

1. Мы забираем мусор лично у каждого человека, а не их контейнеров. Почему так? Многие люди без разбора выкидывают отходы в сортировочные контейнеры, что впоследствии негативно сказывается на итоговом результате, понижая эффективность раздельного сбора мусора.
2. Мы предоставляем полную прозрачность в транспортировке и переработке отходов. Как мы ее обеспечиваем? У нас есть карта на сайте компании с отслеживанием машин и метками заводов по переработке. Информация по последним полностью открытая, ведь мы не сотрудничаем с теми, кто скрывает процессы сортировки и переработки.

Use case

[Ссылка к диаграмме Use case.](#)

Структура приложения

[Ссылка к диаграмме структуре приложения.](#)

Figma

[Ссылка к Figma](#)

Тестирование

План Тестирования

Задача:

протестировать приложение

Параметры поиска респондентов:

Роль администратор:

- Учатся в ИТМО

Роль пользователь:

- Учатся в ИТМО

Роль водителя:

Поскольку сложно чтобы найти респондентов, чья профессия водитель, мы не проведём тестирование для этого роля

Условные обозначения отчёта:

Частота - минимальный процент пользователей, которые могут сталкиваться с проблемой.

В диапазоне от 50% - **высокая** степень критичности

От 20% до 50% - **средняя** степень критичности

До 20% - **низкая** степень критичности

Сценарий тестирования

1. Роль администратора

- 1) Изменять свой номер телефона.
- 2) Просмотр информации водителя
 - a) Удалить водителя Ардаков Игорь Герасимович.
 - b) Создание нового водителя
- 3) Просмотр информации фабрики сотрудничества
- 4) Просмотр информации банк-карты
 - a) Просмотр счёта карты **** 1234 под зрением текста и картины
 - b) Удалять карту **** 5678
- 5) Просмотр расписания
 - a) Просмотр информации (имя, номер телефона и тд) водителя, кто водит на мусоровозе на карте
 - b) Читать сообщение от Ардаков Игорь Герасимович
 - c) Удалять Ардаков Игорь Герасимович из расписания
- 6) Выйти из текущего аккаунта

2. Роль клиента:

1. Создать аккаунт
2. Изменить свой адрес
3. Удалить свой аккаунт
4. Создать новый заказ
5. Посмотреть информацию о заказе
 - a. До выезда водителя
 - b. После выезда водителя
6. Написать водителю
7. Оценить заказ

Общие вопросы после тестирования

1. Ну как вам в целом продукт?
2. Что показалось самым трудным и почему?
3. Что больше всего понравилось и почему ?

Первое Тестирования

Роль адмистотара

Было протестировано 4 человек.

Раздел приложения	Проблема	Критичность
Раздел персонал	Респонденты не может сразу понять какого роль они видят когда перый раз переходил в эту страницу	50% средняя
Раздел персонал	Респонденты не знает где можно выбирать разные управляемые объекты, не заметив что тут есть выбор.	75% высокая
Все Разделы, где можно изменять данные	Респонденты иногда забывают что нужно нажать "сделано" чтобы сохранить измнение	100% высокая
Профиль	Когда хотим чтобы респонденты изменяли номер телефона, их первое действие - это пробовать трагать ячейку а не графику измнения	75% высокая
Главная страница	Не понимают что такое персонал	50% средняя
Главная страница	Попадание в недопустимую область	25%

Раздел приложения	Проблема	Критичность
	при попытке открыть профиль	низкая
Банк	Не знают где можно делать редактирование, не сразу заметил 'Редактировать'.	100% высокая
Банк	Респондент правильно нажал на крестик, но не смог один раз получить переход в другую страницу, потому что крестик относительно маленький	25% низкая
Расписание	Респондент не знают что можно нажать машины на карте чтобы посмотреть информацию	50% средняя

Оптимизация

1. Главная страница

Проблема	Критичность
Попадание в недопустимую область при попытке открыть профиль	25% низкая
Не понимают что такое персонал	50% средняя

- 1.Переименовать “Персонал” на “Пользователи и соавторы”
- 2.Удалить значок карты в правом верхнем углу, его функция такая же, как и у расписания.
- 3.Сделать всю ячейку банка и профиль кликабельным

2.Страница профиль

Проблема	Критичность
Когда хотим чтобы респонденты изменяли номер телефона, их первое действие - это попробовать трагать ячейку а не графику измнения	75% высокая

- 1.Удалить графики механизма.Сделать всю ячейку кликабельным.
- 2.Удалить “Сделано”. Все изменения должны всплывать окно для подтверждения приложения после завершения операции. Добавить одну страницу для измнения и его утверждения.
- 3.Сделать всю ячейку номера телефона кликабельным.

3.Страницы персонал

Проблема	Критичность
Респонденты не может сразу понять какого роль они	50% средняя

Проблема	Критичность
видят когда первый раз переходил в эту страницу	
Респонденты не знает где можно выбирать разные управляемые объекты, не заметив что тут есть выбор.	75% высокая

Достаточное большое количество проблем произошло в этой странице. Мне кажется что причин много. Во-первых, из-за отсутствия опыта такого тестирования, мы забыли делать введение чтобы респонденты поняли за чем наше приложение. Во-вторых, это проблема дизайна. Слово, которое показывает текущий объект, не находится в видном месте и треугольник тоже. Респонденты просто не сразу его видят. В целом зрения респондентов редко туда идут. Одновременно, есть такая ситуация что они пробовали нажать на слово а не треугольник и не получал результат. Потом уже не знали что делать.

1. Слово, которое указывает на текущий объект, должно быть перемещено в более заметное среднее положение. Увеличить размер треугольника. Сделать само слово кликабельным
2. Переименовать пользователи на клиентов.
3. Удалить графики механизма.

4. Страницы банка

Проблема	Критичность
Не знают где можно делать редактирование, не сразу заметил 'Редактировать'.	100% высокая
Респондент правильно нажал на крестик, но не смог один раз получить переход в другую страницу, потому что крестик относительно маленький	25% низкая

1.Удалить страницу редактирования. Объедините его функциональность с первой страницей.

2.Удалить "Сделано".

5.Страницы расписание

Проблема	Критичность
Респондент не знают что можно нажать машины на карте чтобы посмотреть информацию	50% средняя

- 1.В процессе тестировании нашли один BUG. Нужно создать отельную страницу для результата перехода в страницу информацию водители. И после клика указателя возврата в верхнем левом углу в странице удаления водителей из расписания, должны возвращать в главную страницу расписания.
- 2.Добавить аватар водителя к машине на карте. Показывает что можно нажать аватар или машину чтобы прочитатть информацию.

Вывод к части админ

Проблем достаточно много. Опытные пользователи и создатели приложений имеют разные представления о пользовательском интерфейсе.И из-за отсутствия опыта тестирования, процесс тестирвоания тоже не очень логично. 2-ое тестирование будет лучше.

Роль клиента

Были протестированны 5 человек.

Раздел приложения	Проблема	Критичность
Раздел главная странца	Респонденты не могли сразу понять как перейти в данные профиля	50% средняя
Раздел связь с водителем	Кнопка назад не работала, нужно было переходить к меню сложным путем	100% высокая
Изменение данных аккаунта	Нет подтверждения удаления аккаунта	75% высокая

Оптимизация

1. Главная страница

Проблема	Критичность
Респонденты не могли сразу понять как перейти в данные профиля	50% средняя

1. Выделить кнопку перехода в данные профиля

2. Страница связь с водителем

Проблема	Критичность
Кнопка назад не работала, нужно было переходить к меню сложным путем	100% высокая

1. Добавить действие на кнопку.

3. Страницы изменение данных аккаунта

Проблема	Критичность
Нет подтверждения удаления аккаунта	75% высокая

- 1.Добавить вылезающее уведомление с подтверждением удаления аккаунта

Вывод к части клиент

В некоторых местах были не учтены технические моменты работы приложения, в связи с малым опытом проектирования пользовательских интерфейсов. Так же не было продумано удобство пользования приложением, а именно, не было выделения кнопок. Проблем возникло мало, так как было мало страниц и действий у роли клиента.

Приложение

[ссылки на видео тестирования](#)

Второе Тестирования

Измнения описаны в части первого тестирония в части
Оптимизации

Роль адмистотара

Было протестировано 5 человек.

Раздел приложения	Проблема	Критичность
Главная страница	Не понимают где можно найти информацию о водителях	20% низкая
Страница "Users and collaborator"	Не заметил что можно выбрать роль	40% средняя

Оптимизация

1. Главная страница

Проблема	Критичность
Не понимают где можно найти информацию о водителях	20% низкая

1. Кажется что здесь проблема не большая. Просто нужно делать лучше введение чтобы поняли что наше приложение

2. Страница "Users and collaborator"

Проблема	Критичность
Не заметил что	40%

Проблема	Критичность
можно выбрать роль	средняя

1. Можно изменять цвет чтобы там было сравнение. И таким образом пользователь сразу видит где можно выбрать роль. Но сравняя с предыдущим разом, результат уже лучше

Вывод к части админ

По результату тестирования видно, что оптимизация помогает. Во-первых, количество проблем уменьшено. Во-вторых, частота старой проблемы тоже снижена.

Роль клиента

Были протестированны 5 человек.

Раздел приложения	Проблема	Критичность
Раздел главная страница	Респонденты не могли сразу понять как перейти в данные профиля	20% низкая
Раздел заказы	Респонденты не сразу понимают как перейти в другой заказ	40% средняя

Оптимизация

1. Главная страница

Проблема	Критичность
Респонденты не могли сразу понять как перейти в данные профиля	20% низкая

1. Исправить название кнопки профиля и сделать кнопку на аватаре

2. Страница заказы

Проблема	Критичность
Респонденты не сразу понимают как перейти в другой заказ	40% средняя

1. Сделать кнопку на весь заказ, а не только на статус

Вывод к части клиент

Были моменты, когда респонденты не понимали задания из-за сложностей общения на английском. Такие моменты тут не учитываются. В целом, проблемы не значительные и их легко исправить. Оптимизация в первом тесте однозначно помогла.

Приложение

[ссылки на видео тестирования](#)

Вывод

Мы придумали это приложение исходя из существующих проблем в реальности - людям, проживающим в некоторых местах, неудобно выбрасывать собственный мусор. И мы попытались построить базовую структуру и сценарии использования приложения, а затем использовали Figma для создания пользовательского интерфейса. Затем мы провели два теста, чтобы найти недостатки в пользовательском интерфейсе. Мы внесли изменения в приложение на основе отзывов, полученных из первого тестирования. Во втором тестировании мы можем сравнить с первым тестом и обнаружили, что оптимизация действительно помогает пользователям быстрее и конкретнее понять, как использовать наше приложение.