



# Обработка результатов исследований

# План

1. Группы пользователей;
2. Портрет пользователя;
3. Диаграммы близости и база фактов;
4. Декомпозиция функциональности;
5. Домой;
6. Вопросы?

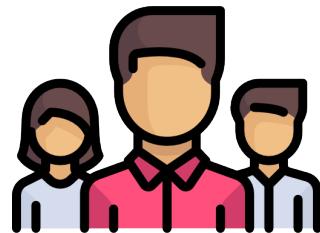
# Группы пользователей



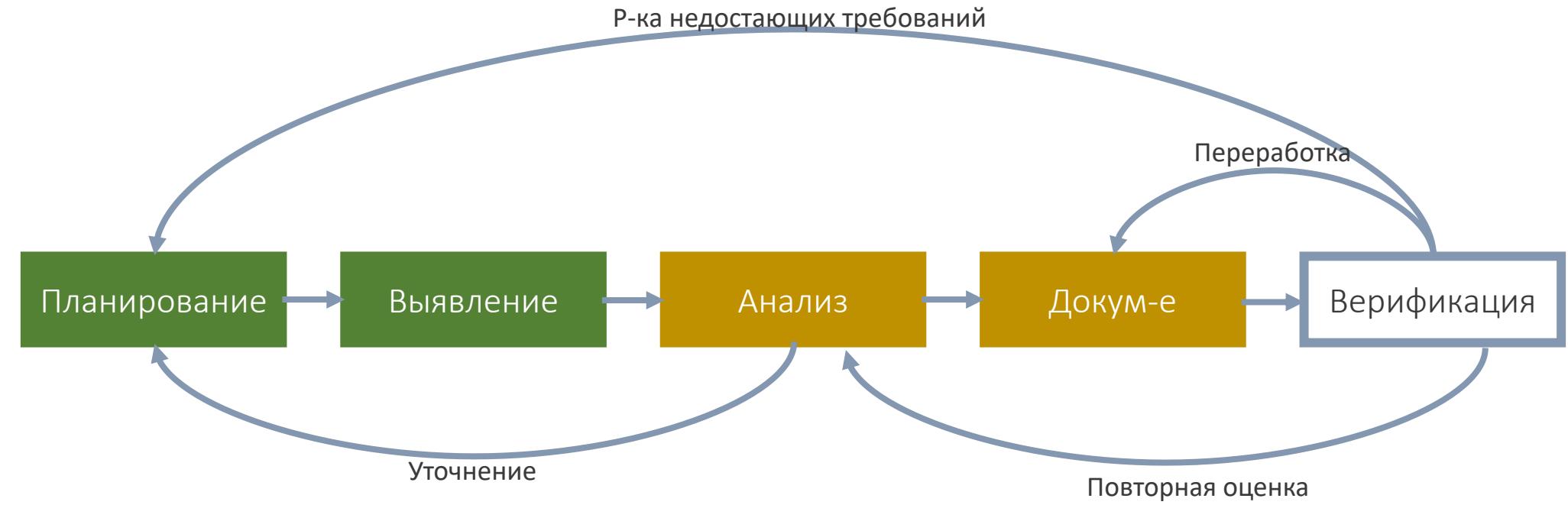
# Группы пользователей | Определение

Группа пользователей – пользователи, объединенные в группы по следующим признакам:

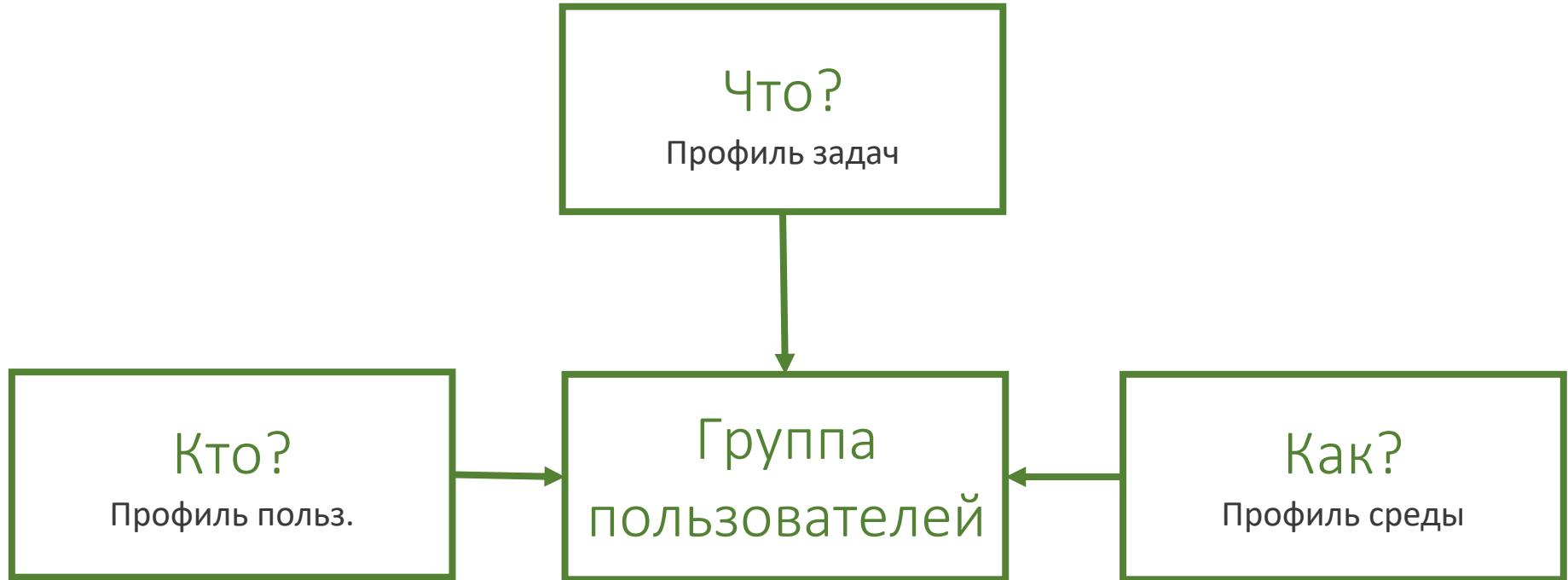
- Профиль пользователей;
- Профиль задач;
- Профиль среды (контекста).



# Группы пользователей | Где мы?



# Группы пользователей | Составляющие группы польз-й



## Кто? Профиль польз.

Чтобы определиться с профилем пользователей, нужно ответить примерно на следующие вопросы:

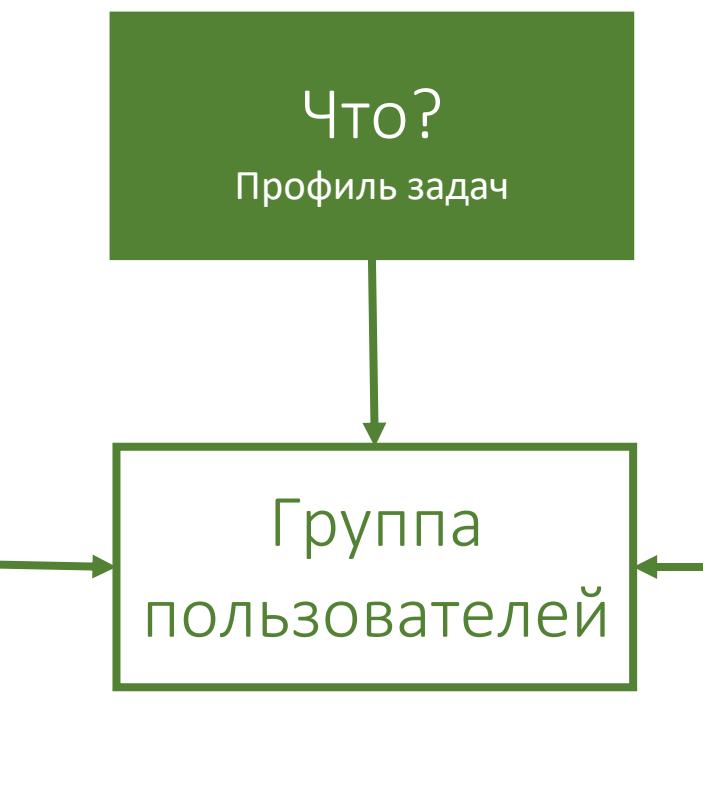
1. Кто наши пользователи?
2. Что ими движет?
3. Почему для них это важно?

Информация, которая может на них ответить:

- Соц.-демо данные;
- Опыт в домене, работы с компьютером;
- Мотивация и цели.

# Группы пользователей | Профиль пользователя. Пример

Характеристика	Признак	Влияние на решение
<ul style="list-style-type: none"><li>• Пол;</li><li>• Возраст;</li><li>• Физ. Состояние;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Острота зрения;</li><li>• Моторика;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Размер и стиль шрифта</li><li>• Цвета, контрастность;</li><li>• Расположение;</li><li>• Ус-ва ввода/вывода;</li></ul>
Образование	<ul style="list-style-type: none"><li>• Скорость чтения;</li><li>• Усваиваемость;</li><li>• Знания;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Необход. В инструкциях;</li><li>• Нагруженность экрана;</li></ul>
Язык	Родной/Иностранный	<ul style="list-style-type: none"><li>• Сложность формулировок;</li><li>• Именование;</li></ul>
Владение компьютером	<ul style="list-style-type: none"><li>• Содержание;</li><li>• Уровень;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Модальность;</li><li>• Мастера/подсказки;</li></ul>
Погружённость в доменную обл.	Уровень	<ul style="list-style-type: none"><li>• Необход. В инструкциях;</li><li>• Нагруженность экрана;</li></ul>
Ожидания	<ul style="list-style-type: none"><li>• Поведение;</li><li>• Интерфейс;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Структура интерфейса;</li></ul>



Чтобы определиться с профилем задач, нужно ответить примерно на следующие вопросы:

1. Что они делают?
2. Зачем?

Информация, которая может на них ответить:

- Распорядок дня;
- События (триггеры);
- Взаимосвязи задач;
- Частота и важность.

# Группы пользователей | Профиль задач. Пример

Характеристика	Признак	Влияние на решение
Загрузка	<ul style="list-style-type: none"><li>Интенсивность;</li><li>Равномерность;</li><li>Одновременные задачи;</li><li>Спонтанность;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Быстродействие/производительность;</li><li>Цветовая схема/контраст;</li><li>Предупреждения, подсказки;</li><li>Возможность отмены;</li><li>Сохранение, автосохранение.</li></ul>
Взаимосвязанность задач	Степень	<ul style="list-style-type: none"><li>Навигация;</li><li>Подсказки;</li></ul>
Периодичность	Степень	<ul style="list-style-type: none"><li>Шаблоны;</li><li>Быстрый доступ;</li><li>Значения по умолчанию.</li></ul>
Характер задач	<ul style="list-style-type: none"><li>Длительность;</li><li>Атомарность;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Статус;</li><li>Промежуточное сохранение результатов;</li><li>Подсказки;</li><li>Гибкость.</li></ul>

## Как? Профиль среды

Чтобы определиться с профилем среды, нужно ответить примерно на следующие вопросы:

1. Как пользователи это делают?
2. Каковы ограничения (правила)?
3. Какие обстоятельства?

Информация, которая может на них ответить:

- Текущая система;
- Соглашения/политики/внегласные правила;
- Временные ограничения;
- Прерывания.

# Группы пользователей | Профиль среды. Пример

Характеристика	Признак	Влияние на решение
Место использования	<ul style="list-style-type: none"><li>Открытое/закрытое пространство;</li><li>Погодные условия.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Оборудование;</li><li>Размещение.</li></ul>
Рабочее место	<ul style="list-style-type: none"><li>Пространство</li><li>Открытое/закрытое</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Размер экрана;</li><li>Возможность использования различных ус-в ввода/вывода</li></ul>
Освещенность	<ul style="list-style-type: none"><li>Равномерность;</li><li>Яркость</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Цветовая схема;</li><li>Контрастность;</li><li>Шрифты</li></ul>
Аппаратное обеспечение	Форм-фактор	<ul style="list-style-type: none"><li>Представления;</li><li>Сложность графики;</li><li>Совместимость.</li></ul>
Программное обеспечение	<ul style="list-style-type: none"><li>ОС;</li><li>Браузер.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Поддержка технологий;</li><li>Производительность;</li><li>Совместимость;</li></ul>

# Группы пользователей | Как выделяют группы?

По результатам проведенных исследований, определяют перечень ключевых характеристик (либо поведенческих переменных) и среди опрошенных выделяют тех, кто соответствует определенным значениям этих характеристик. Далее формируется описание группы. Чаще всего можно встретить группы, выделяемые по:

- схожести поведения (поведенческие переменные);
- социально-демографическому признаку;
- потребностям;
- знаниям;
- контекстам.

1. **Потребности/цели.** Что движет? Почему важно? Чего хочет достичь?
2. **Деятельность/поведение.** Какие задачи? Частота и объем?
3. **Опыт/знания.** Сталкивался ли с подобными задачами до этого? Эксперт?
4. **Проблемы/опасения.** Что беспокоит? Чего избегает?
5. **Отношение/влияние.** Как окружение влияет на человека?

# Группы пользователей | Пример

## Группа - "На все руки мастера"



Менеджеры (малые дилеры). Работают с приложением во всем жизненном цикле проекта (от создания топологии до разработки сценариев). Поэтому, необходимо "безболезненно" проходить все этапы жизненного цикла. Часто необходимо непосредственно с клиентом что-то поменять (в топологии, в сценарии и т.д.) и сразу же увидеть результаты (чтобы понравилось клиенту). В большинстве не разбираются в тонкостях светораспределения, важно сразу все увидеть (как свет "ляжет" на поверхность), чтобы не производить лишних действий (и так работы много). Имеют начальный уровень работы с различными средствами моделирования, в большинстве работают с офисными пакетами. Работают в основном на ноутбуках.

### Что важно:

- Возможность быстрого изменения параметров (параметров светильников, сценария и т.д.);
- Возможность быстро посмотреть результаты работы;
- Возможность создавать/использовать готовые типовые решения;
- Возможность обеспечить проектировщиков (которые будут проектировать план установки на здание) спецификацией (где и как расположены те или иные светильники);
- "Легкий" интерфейс, чтобы ничего не мешало и не запутывало;
- Возможность предоставлять результаты работы с минимальными затратами (т.е. возможность простого сохранения/экспорта для презентационного материала).

# Группы пользователей | Пример

## Профили клиентов

### SMB, Soho

Отдел маркетинга:

1-5 человек

Задачи маркетинга:

- Прямое стимулирование продаж;
- Лидогенерация

Используют:

5-6 инструментов

Коммуникация с клиентом:

прямая

Маркетинговое планирование:

Отсутствует либо бюджет под запрос

### Enterprise B2B, B2C

Отдел маркетинга:

5-20 человек

Задачи маркетинга:

- Стимулирование продаж;
- Создание/развитие бренда;

Используют:

10-15 инструментов

Коммуникация с клиентом:

Прямая или массовая

Маркетинговое планирование:

Гибкое. Используется годовое бюджетирование.

### FMCG

Отдел маркетинга:

10-20+ человек

Задачи маркетинга:

- Развитие бренда;
- Вторично: стимулирование продаж

Используют:

10-15 инструментов

Коммуникация с клиентом:

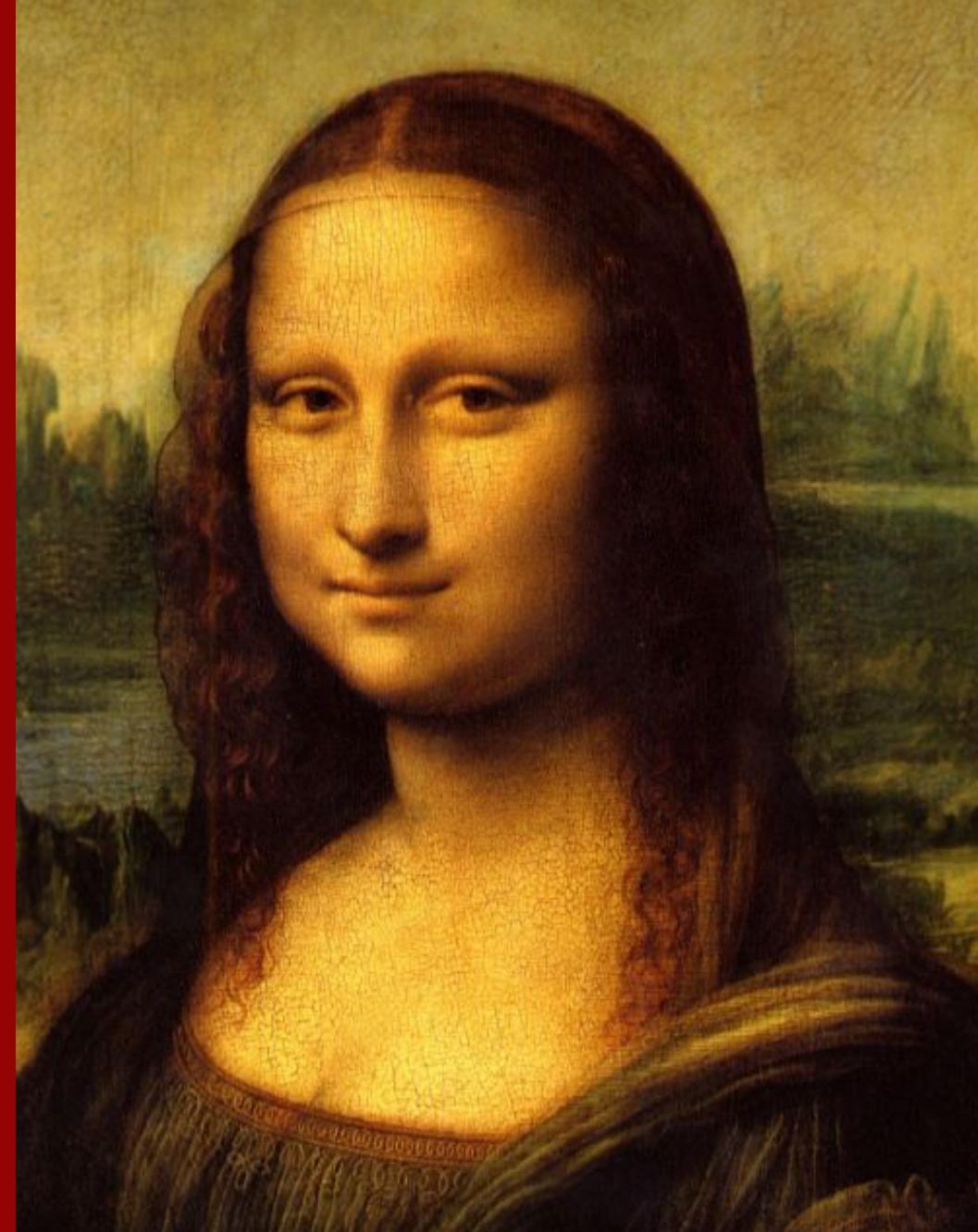
Массовая

Маркетинговое планирование:

Обязательное и строгое .

Используется годовое бюджетирование.

# Портрет пользователя



# Портрет пользователя | Определение

Портрет пользователя (персонаж, персона) – вымышленный персонаж, являющийся типичным представителем группы пользователей, для которой разрабатывается программный продукт. Цель создания персон – определение фокуса разрабатываемого аналитиком решения.



1. **Определение** того, какими функциями должно обладать решение и каковы будут особенности его поведения.
2. **Фокусирование.** Помогают всей команде (включая команду разработки) фокусировать свое видение функциональности на конкретном пользователе.
3. **Оценка.** Помогают оценить предлагаемые решения.
4. **Масштабирование.** Могут быть использованы другими командами.

Позволяют решить 3 распространенных ошибки проектирования:

- Проектирование под себя;
- Проектирование исключительных ситуаций;
- Пластилиновый пользователь.

# Портрет пользователя | Примеры



Борис Пожарский  
новичок в винах

Ключевые цели

- Выбрать вино в подарок
- Преподнести подарок эффектным образом
- Присмотреть заодно что-то из алкоголя для себя

История

Антон воспитывался в интеллигентной семье, где к алкоголю было особое отношение: элегантные бутылки в основном пылились в сейктере, изредка украшая стол. Зато было твердо известно: книга — лучший подарок, бутылка вина — еще один отличный подарок. К этой мысли Антон прибегает каждый раз, когда не знает, что подарить, но случается это не настолько часто, чтобы он сам стал разбираться в вине. Зато его интересуют крепкие напитки, которые он не прочь держать в домашнем баре.

Мотивации

- Обрадует квалифицированная помощь при выборе
- Уютное и стильное оформление не только радует глаз, но и успокаивает: «здесь профессионалы, они позаботятся о правильном выборе»
- Привлекают интересные факты, подробности, легенда, с помощью которой можно оформить вручение
- Удовлетворение от положительной реакции адресата
- Возможность купить не только вино, но собрать интересный набор в подарок

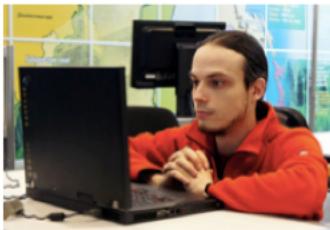
Фruстрации

- Кажется, что не может отличить одно от другого, что в этом сложно разобраться, и что окружающие непременно уличат его в незнании
- Боится, что долгий скрупулезный выбор все равно не принесет ожидаемого результата, как если бы он взял что-то наугад
- Боится, что получит неверную информацию, которую не сможет отделить от верной, и выдаст свое незнание предмета при знакомых

Технологии и активность в Интернете

Уважает продукцию Apple, но не фанатично предан, использует только iPhone, вообще пользуется гаджетами разных производителей и почти не испытывает дискомфорта. Не имеет времени на развлечения в интернете, использует в основном поиск, а также социальные сети, потому что «все там»; чаще всего с мобильных устройств, когда едет куда-то или ожидает чего-то.

# Портрет пользователя | Примеры



## Алексей

**Возраст:** 21 год

**Род деятельности:** студент IT-специальности, пробует свои силы на фрилансе

**Уровень доходов:** низкий

**Место жительства:** Минск

**Образование:** незаконченное высшее

Алексей учится на последнем курсе университета, но понимает, что получаемые им знания сейчас недостаточно актуальны и востребованы на рынке. Он ищет пути, как получить полезные знания для своей профессии, в частности выполнял небольшие заказы на фрилансе. Но из-за отсутствия опыта, Алексея пока не берут на крупные интересные ему проекты. Надеется, что в процессе дополнительного обучения будет возможность зарекомендовать себя, и ему поступит предложение пройти стажировку в IT-компании.

### Поведение:

- читает техническую литературу, onliner.by, habr.ru;
- общается с одногруппниками на предмет того, кто чем хочет и будет заниматься по окончанию учебы;
- пробует ходить на бесплатные и недорогие IT-мероприятия в Минске для погружения в сферу: понимать, какие есть интересные направления, проблемы и тренды;
- пытается сформулировать для себя, чем конкретно ему хотелось бы заниматься в IT;
- ищет возможность получить практический опыт в IT, чтобы быть более привлекательным кандидатом (курсы, тренинги, стажировки и др.);
- ищет работу, на которой можно себя зарекомендовать.

### Цели:

- найти себя в IT;
- устроиться на работу в компанию с хорошими перспективами карьерного и финансового роста;
- стать высококвалифицированным специалистом в выбранной IT-специальности.

# Портрет пользователя | Примеры



**Наталья Соколова**  
inbound-маркетолог, B2B  
компания

## Что мы о ней знаем?

Кто такая:

- имеет навыки / нормально относится к выполнению рутинной работы
- рада не принимать решений, а работать в соответствии с устоявшимся процессом / регламентом

Чем занимается:

- отвечает за внесение в базу лидов, информация о которых не поступает в систему автоматически
- квалифицирует все лиды, которые регистрируются в системе;
- вручную корректирует/чистит данные в базе контактов/контрагентов
- импортирует холодные базы из Excel

# Портрет пользователя | Примеры



**Наталья Соколова**  
inbound-маркетолог, B2B  
компания

## Что ей важно?

- скорость работы: нужно успевать обрабатывать входящий лид в течение 30 мин.
- достоверно определять, есть клиент, по которому пришел лид, уже в базе

## Какие у нее проблемы?

- нужно быстро и достоверно связывать лиды при квалификации с контактами/контрагентами, не хочется это делать все время руками
- нужно быстро вычищать базу, которая импортируется из Excel
- много дублей лидов от одного клиента в одно время/ один день, не хочется каждый обрабатывать отдельно

## Что может решить ее проблемы?

- использование автоматических правил для поиска контактов/контрагентов, с которыми можно связать лид
- автоматизация связывания лидов одно клиента между собой

# Портрет пользователя | Содержание описания

- Имя;
- Возраст;
- Фото;
- Социальное положение;
- Цели;
- Рабочий процесс;
- Окружение;
- Уровень подготовки;
- Неудовлетворенности, ожидания, опасения.

## Персона не сможет помочь вам, если:

- Описывает «пластилинового» или «среднестатистического» пользователя;
- Привязана к реальному человеку;
- Он – не представитель целевого сегмента;
- Их количество слишком большое;
- Содержит избыточную информацию;
- Основана на догадках, а не исследованиях!

# Портрет пользователя | Условные персонажи

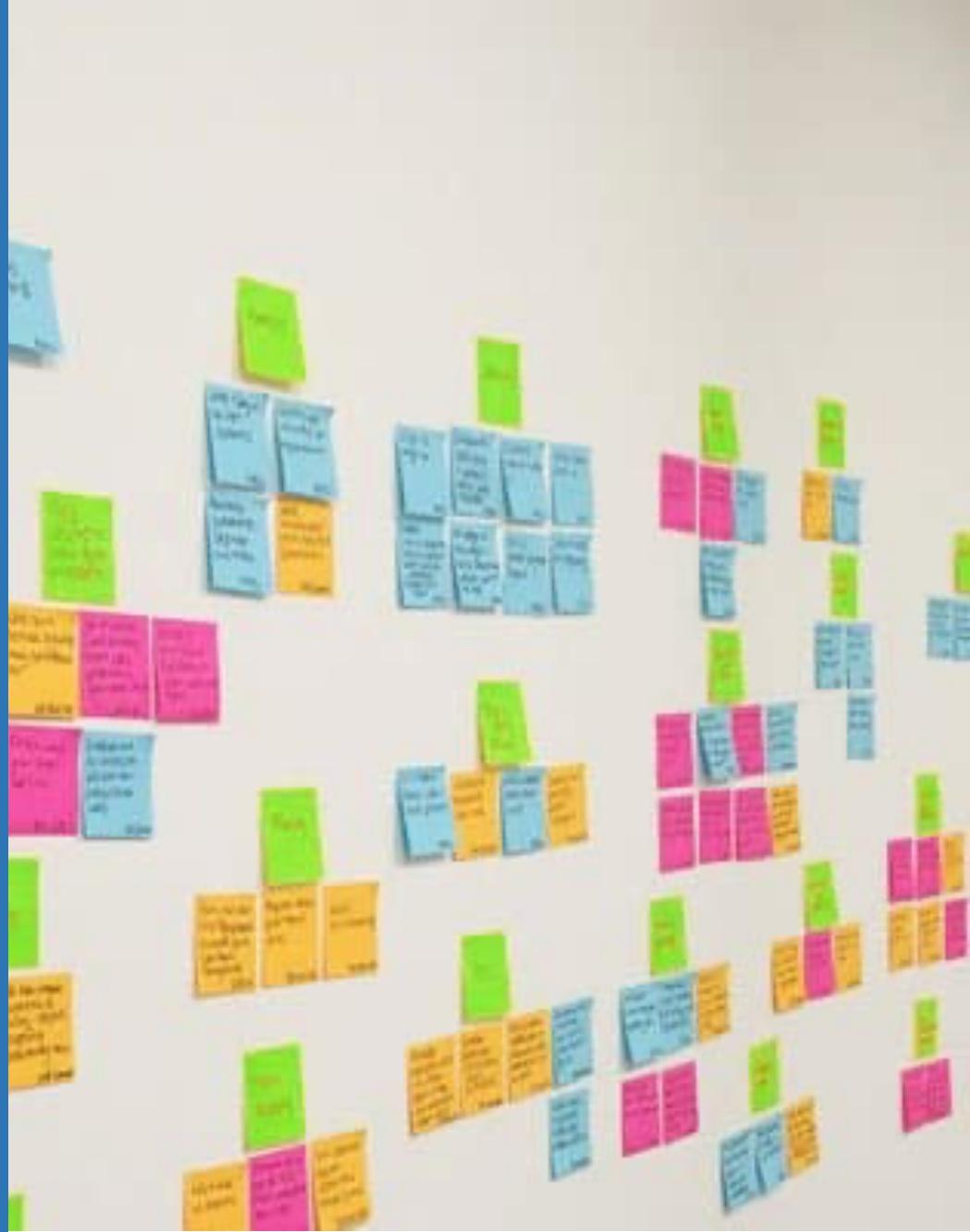
Условные персонажи – аналог техники портретов пользователя, однако применяется в случае, если у вас недостаточного времени для полноценного исследования целевой аудитории. В данном случае, полной картину делают экспертные мнения относительно типичный представителей целевых сегментов. Таким образом, в описание включается информация по вашим исследованиям (не полным) и мнения экспертов.



# Портрет пользователя | Online-Инструменты

- <https://uxpressia.com/personas-online-tool;>
- <http://userforge.com;>
- <https://customers.typeform.com;>
- [https://xtensio.com/user-persona/;](https://xtensio.com/user-persona/)

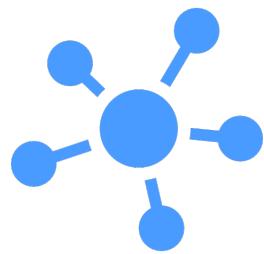
# Диаграммы близости и база фактов



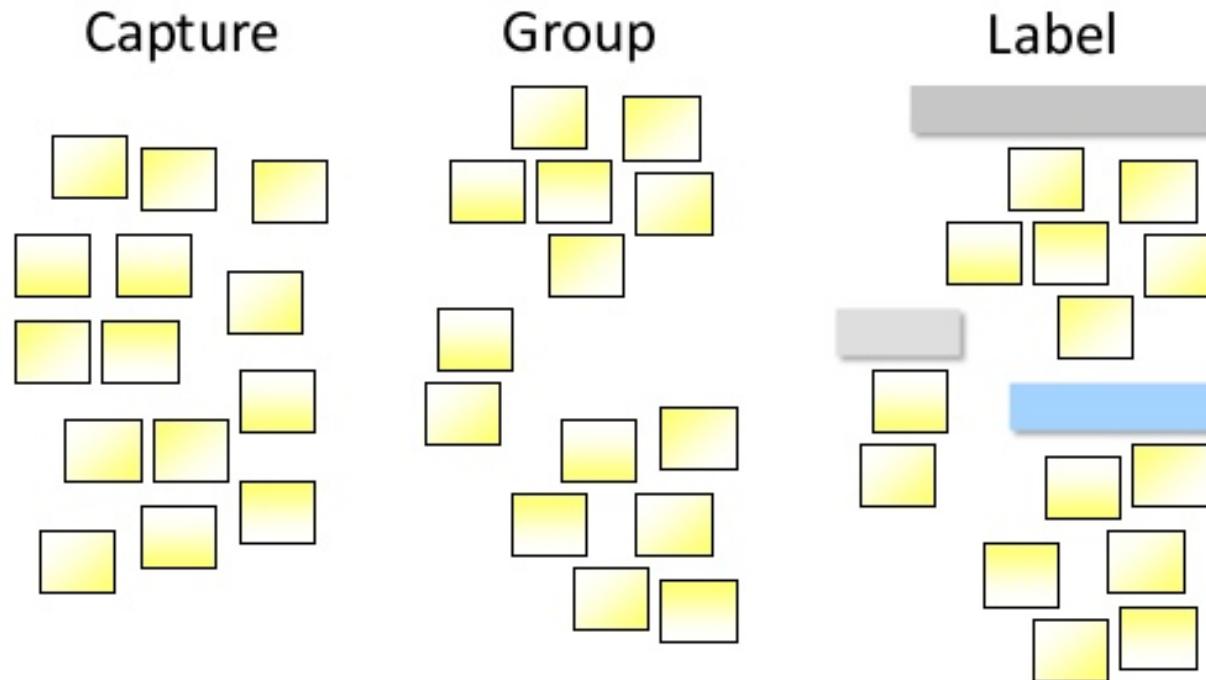
База фактов – набор фактов, полученных в ходе итераций интервьюирования или прочих техник. По своей сути – это «сырая» информация, которую затем необходимо структурировать с целью выявления и формирования требований. Как правило, оформляется в виде списка, каждый элемент которого – это предложение, констатирующее факт. Иногда могут использовать доски со стикерами. Например, «Обрабатывает 20 обращений в день», «Записывает данные на листочке» и пр.



Диаграмма близости – Это творческий инструмент, который помогает уяснить ранее невидимые связи между отдельными частями информации (база фактов) или идеями, путем сбора из разных источников бессистемно изложенных устных данных и их анализа по принципу взаимного сродства (ассоциативной близости).



# Диаграммы близости и база фактов | Техника



# Декомпозиция функциональности

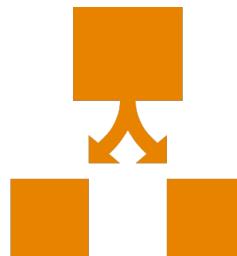


# Декомпозиция функциональности | Определение

Декомпозиция функциональности – разбиение большой задачи на более мелкие.

Для выполнения декомпозиции используется несколько принципов:

- Интерфейс;
- Роли пользователей;
- Функциональные блоки;
- Сценарии;
- Режимы работы.



# Декомпозиция функциональности | Story mapping

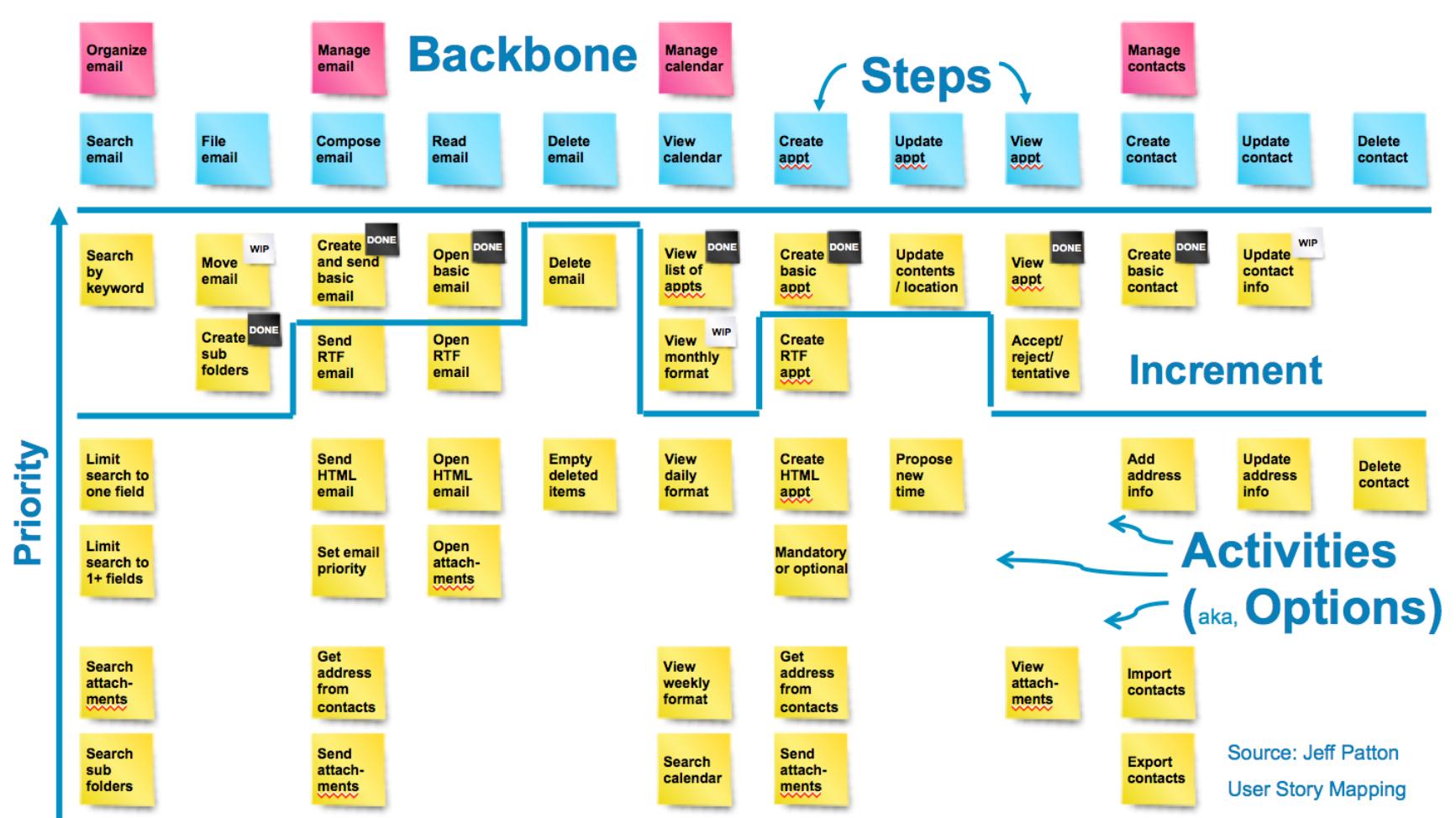
Story mapping - техника упорядочивания и декомпозиции пользовательских историй в разных разрезах. В результате техники получается некая «карта», в которой объекты упорядочены, чаще всего, по приоритетах и времени.



# Декомпозиция функциональности | Story mapping

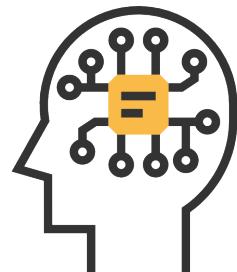
1. Возьмите список задач пользователей (требований), полученных в результате выявления;
2. Сгруппируйте их (диаграммы близости);
3. Назовите группы;
4. Упорядочьте по сценарию (логической последовательности);
5. Сформируйте итоговую «карту»;
6. Детализируйте каждый из элементов.

# Декомпозиция функциональности | Story mapping - пример

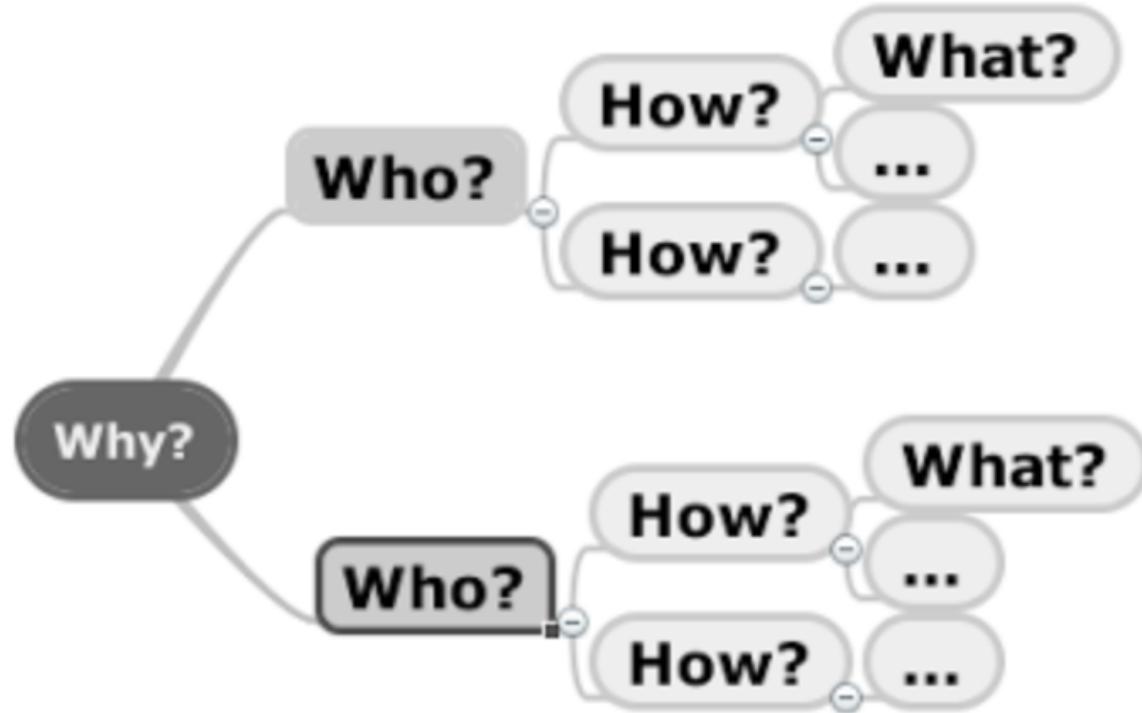


## Impact map | Определение

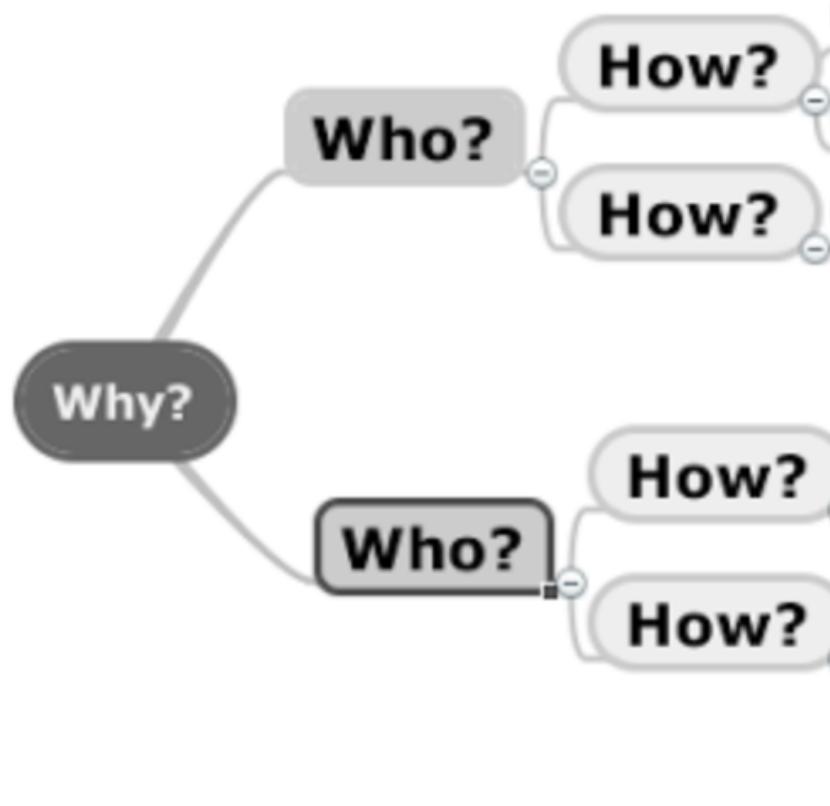
Impact map – mind map целей проекта с картой влияний, которые подталкивают бизнес-заказчика к достижению целей.



# Impact map | Как составлять?



# Impact map | Как составлять?



**Why?** – На этом уровне мы указываем бизнес-цели или бизнес требования. Например, «Увеличить скорость обработки заказа в 2 раза», «Автоматизировать работу службы поддержки» и т.д.

**Who?** – Те, кто может помочь нам достичь наших целей. Можно указывать: персоны, группы пользователей, сегмент рынка.

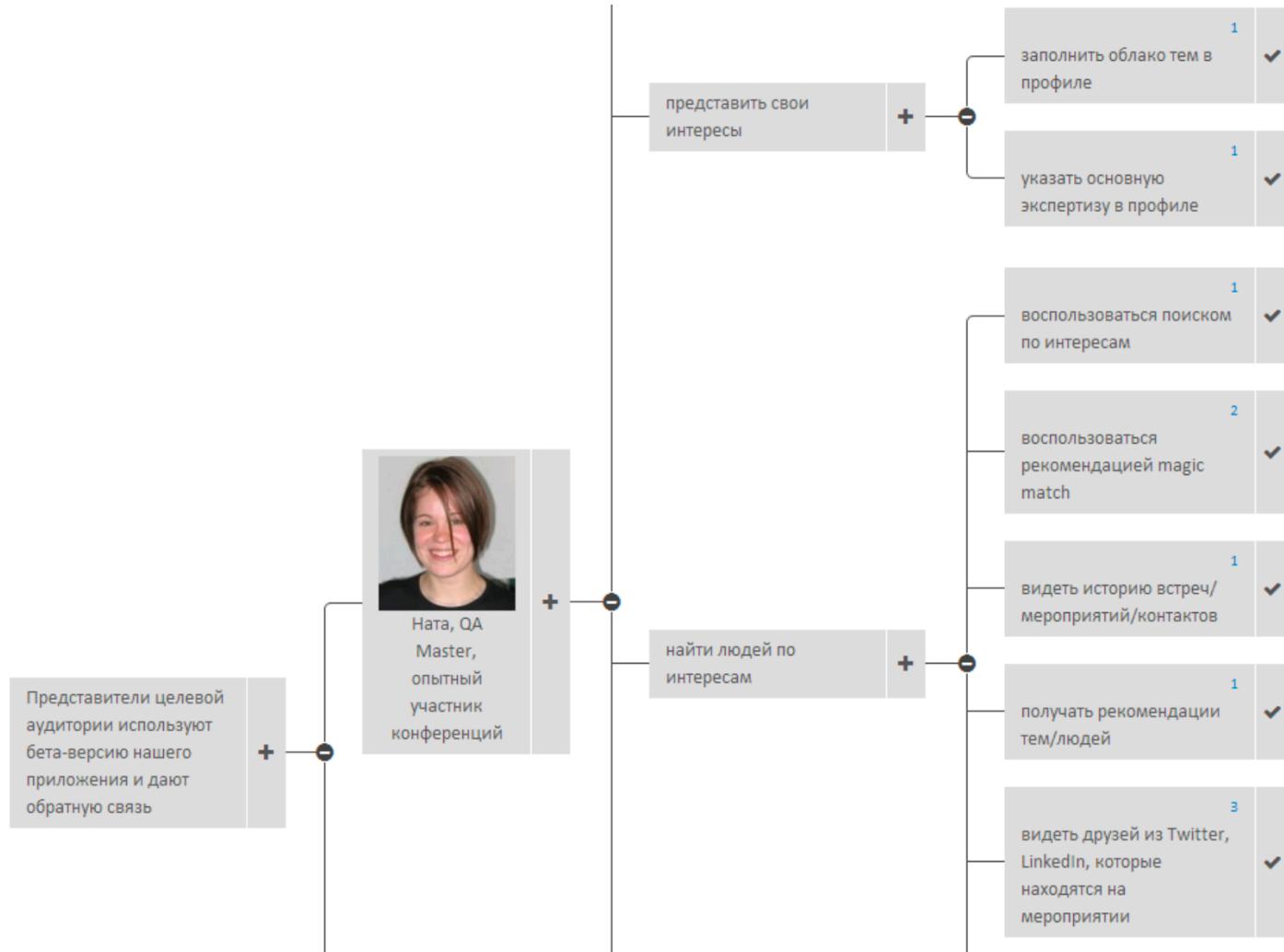
**How?** – Указываем воздействия (impact), которые будут сделаны для достижения целей. Чаще всего сюда относят пользовательские требования, такие как: «Ответить с помощью шаблона ответов», «Наличие FAQ» и т.д.

# Impact map | Как составлять?



**What?** – Задачи, которые помогут воплотить ваши воздействия. Здесь могут быть использованы пользовательские истории, use cases, простое описание ИТ-задач. Степень детализации вы определяете самостоятельно: здесь может быть как блок функциональности так и расписанные задачи вплоть до каждой кнопки. Можно делить на несколько уровней.

# Impact map | Пример



# Impact map | Преимущества и риски

## Преимущества

1. Помогает избежать scope creep, т.к. хорошо видны истоки любой функции;
2. Генерация идей по функционалу в привязке к пользователям и бизнес-целям.
3. Обладает хорошей наглядностью и хороший артефакт для демонстрации стейкхолдерам;
4. Помощь в приоритизации.

## Риски

1. Требует очень хорошей экспертизы доменной области и процессов;
2. Для составления требует проведения некоторых других активностей;
3. Фокусировка на ИТ-задачах;

# Домой

Читать:

- ВАВОК глава 10 по изученным техникам;
- “72 Essential tools for success” по изученным техникам;

Дополнительно:

- Алан Купер «Психбольница в руках пациентов»;
- Алан Купер «Об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия».

**Упражнение-1:** Составить портрет пользователя/й либо группу

**Упражнение-2:** В Miro создать Story map по функциональности, над которой вы работаете

