**Лаба 3**

1. **Что такое целевая аудитория (ЦА)?**

**Целевая аудитория** — люди, которые, скорее всего, заинтересуются разрабатываемым продуктом, услугой или сервисом.

1. **Какие есть виды целевой аудитории?**

**Виды целевой аудитории:**

* По классу конечных потребителей:
* B2B, или business to business, бизнес для бизнеса, — компания продаёт свой товар или услуги другим компаниям.
* B2C, или business to customer, потребительский бизнес, — компания продаёт товар или услуги физическим лицам, отдельным людям.
* B2G, или business to government. Это означает, что компания продаёт товары или услуги государственным учреждениям и организациям.
* По масштабу:
* Широкая.
* Узкая.

1. **Что такое User Persona?**

Каждый персонаж — это собирательный образ одной группы вашей целевой аудитории.

1. **Из чего состоит User Persona?**

**Состав персонажа:**

1. Имя.
2. Пол.
3. Возраст.
4. Фото.
5. Месторасположение (страна/город).
6. Семейное положение.
7. Род занятий.
8. Контекст использования продукта. По какой причине взаимодействует? Как взаимодействует (десктопная или мобильная версии) и где?
9. **Что такое User Story?**

**User Story (Пользовательская история)** — это короткая история с описанием возможных вариантов применения продукта.

1. **Как составить User Story?**

**Шаблон написание User Story:**

«Как кто-то (роль/персонаж) я хочу (цель/желание), чтобы (выгода)».

1. **Что такое Use Case?**

**Use Case (Сценарий использования)** — это вымышленная история о том, как пользователь взаимодействует с продуктом, чтобы достичь определённых целей.

1. **Из чего состоит Use Case?**

**Общий план составления Use Case:**

* Название (Name) — название Use Case: короткое, понятное, отражающее суть.
* Краткое описание (Brief Description) — текст, описывающий данный Use Case.
* Участники (Actors) — список участников взаимодействия. Часто состоит из одного человека.
* Предусловия (Preconditions) — условия, которые должны быть выполнены перед началом реализации данного Use Case.
* Триггер (Trigger) — событие или условие, которое заставляет пользователя приступить к выполнению Use Case. Тут может быть описан контекст использования (Где? Когда?), а также мотивация и причины.
* Базовый сценарий (Basic Flow) — последовательность действий, которые выполняет участник для успешного достижения цели, то есть сюжет.

1. **Как связаны User Story и Use Case?**

Use Case создаются исходя из User Story. Сценарии добавляют к истории подробности взаимодействия с продуктом. Use Case представляет список действия для того, чтобы пользователь получил желаемого при взаимодействии с продуктом.

**Лаба 4**

1. **Что такое эмпатия?**

**Эмпатия** — способность понимать себя с контекстом, эмоциями, целями и мотивами другого человека.

1. **Что такое карта эмпатии?**

**Карта эмпатии** — инструмент для визуализации идей, позволяющий поставить себя на место пользователя, взглянуть на проблему, которую решает ваш продукт, его глазами.

1. **Для чего необходима карта эмпатии?**

Чтобы чётко сформулировать сведения, известные нам об определённом типе пользователей.

1. **Из чего состоит карта эмпатии?**

В центре – персонаж User Persona.

«Говорит», «Думает», «Делает» и «Чувствует» - секторы

1. **По какой схеме составляется карта эмпатии?**
2. Выбрать пользователя из User Persona.
3. Выявить цель и потребность пользователя.
4. Ответить на вопросы, что говорит, думает, делает и чувствует пользователь.
5. Визуализировать карту.
6. **Что такое CJM?**

**Customer Journey Map (CJM, карта пути пользователя)** —визуализация истории взаимодействия пользователя с вашим продуктом для достижения своей цели в определённый момент времени.

1. **Для чего разрабатывается CJM?**

Выявить проблемы пользователя при достижении цели, найти способы решения этих проблем. Для улучшения клиентского опыта.

1. **Что такое точки соприкосновения CJM?**

**Точки соприкосновения** — место взаимодействия пользователя с продуктом.

1. **По какой схеме разрабатывается CJM?**
2. Выбрать пользователя из User Persona.
3. Прописать все шаги пользователя по достижению цели.
4. Действия
5. Ожидания пользователя
6. Описание проблем пользователя
7. Эмоции пользователя
8. Возможности устранения проблем

**Лаба 5**

1. **Что подразумевает подход JTBD?**

Позволяет исследовать потребности людей и создавать полезные продукты. Смысл Jobs To Be Done заключается в том, что при анализе действий пользователя фокусироваться нужно на том, чего он стремится достичь в определённых обстоятельства. Это и называется job to be done — «работа, которую надо выполнить». Нужно строить продукт вокруг проблемы.

1. **Из каких компонентов состоит подход JTBD?**

В подходе JTBD ключевыми компонентами являются пользователь, который оказывается в каком-то контексте и в этом контексте ему нужно получить какой-то определённый результат.

1. **Что такое job story?**

J**ob story** (работы, для которых используют продукт).

Мы знаем о user story — краткое описание функции вашего продукта с точки зрения пользователя. Составляется по шаблону: «Как кто-то (роль) я хочу (цель/желание), чтобы (выгода/результат)». Но это не всегда удобно, когда аудитория слишком большая или сегментированная. У всех разные цели, разные профессии, разный контекст. Персоны позволяют вам под лупой посмотреть на ваших пользователей, но не отвечают на вопрос, почему они продолжают пользоваться вашим продуктом — и почему придут новые.

В **job story** фокус с персональных характеристик смещается на контекст.

1. **По какому шаблону составляется job story?**

«Когда (описание ситуации), я хочу (мотивация), чтобы (результат)».

1. **Чем job story отличается от user story?**
2. **Что такое User Flow?**

**User flow** (диаграмма пользовательского пути) — диаграммы, отображающие полный путь, по которому движется пользователь при использовании продукта.

1. **Для чего применяется User Flow?**
2. **Как составить User Flow?**

Общий план составление User flow:

1. Описать пользователь. Контекст, цели и ожидания, триггеры, мотиваторы для продолжения движения по продукту.
2. Выбрать цель, которую хочет достигнуть пользователь. Можно описывать конкретный функционал, а можно весь путь взаимодействия пользователя с продуктом.
3. Назвать User flow, чтобы было понятно, в чём его суть.
4. Описать весь ожидаемый ход действий пользователя для достижения цели. Движение проектируется только в одном направлении от точки А (начало) до точки В (цель). (A-начало) → (1) → (2) → (3) → (B-цель), а 1→2→3 — это шаги, которые требуется выполнить, чтобы достичь цели.
5. Визуализировать блок за блоком для каждого шага. Следует показать весь путь пользователя в мельчайших деталях: все его действия (нажатие, скролл, открытие), взаимодействие с элементами и так далее.
6. Проверить достижение цели пользователя.
7. **Какие основные блоки используются при составлении User Flow?**

