1. Исследование
2. Большая часть решений принимается практически автоматически, на основе опыта, практики, интуиции, общих практик, принятых в индустрии. Но наше подсознание не объективно, оно действует на основе модели, сформированной в нашей голове на основе частных критериев таких как пол, возраст, восприятие прекрасного и др. Если при планировании пользовательского опыта дизайнер полагается только на себя – такой опыт будет идеален только для одного пользователя – самого дизайнера. Часто просходит, что даже внутри команды договорить о определенной концепции не так-то просто. Для эффективной работы команды необходимо поставить под сомнения свои представления о проекте, а построить общую модель окружающей реальности, на основе пользовательского представления. Существует огромное количество методов, которые лучше или хуже подходят к исследованию той или иной проблемы, но есть одна формула, которая решает большинство проблем:  
   вопрос+сбор данных+анализ
3. 1) Задать правильный вопрос (мы не сможем получить хороший ответ на дурацкий вопрос)
4. 2) Сбор данных
5. 3) анализ (сыре данные не являются результатом исследования

Методы исследования

Аналитика (статистика использования определенных параметров продукта) одним из существенных минусов этого метода является то, что его практически невозможно использловать в том случае, если вы строите первую версию своего продукта, потому что данные должны быть

Интервью – разговор с пользователем или потенциальным пользователем, с целью выявить их мотивацию. Минус этого метода – достоверность, то, что пользователи говорят не всегда соответсвует тому, что они делают на самом деле

Конкуретный анализ – оценка реальных и потенциальных конкурентов. Изучение публичной информации и продуктов

Опрос – способ получить ответы на ворпросы сращу от большого количсетва участников, гораздо большего, чем позвволяеит интервью . Существует множество серсисов для создания опросов. Простые опросы можно длелать о=абсолютно бесплатно с помощью гугл формс. Минус – ответы гораздо большее поверхностные.

Чтение предыдущих исследований – в интеренете полно информации и исследований на любую тему.

Тестирование прототипа – способ проверить решение до того, как выпустить его на рынокю Участнику предлагаются сценарий, которые ему предлагается выполнить с помощью реализованнного прототипа. Прототипы могут быть совершенно разные – от кликабельных джипегов до полностью функционирующего продукта. Прототипы помогают выявить проблемы юзабюилити, т . е выявить недостатки продукта при его использовании, но помните, что прототип не ответит вам на вопрос, стаил б ывашим продуктом вообще пользоваться? Даже если вы сталкнетесь с ситуацией, чтто пользователь кликунл на некликабельный элемент прототипа, что ведет к новому и бесценному опыту. В дальнейшем по ходу ждвижения проекта прототип, созданный из связанных джипегов превратиться в полноценный пролукт. При тестировнии такого протипа фидбек,Ю который вы получите от пользователя будет не о функционале, а о мелкихз ваджных деталях, кот орые невозможно было протестировать на начальных этапах создания продукта.

А/Б тестирование – позволяет замедлить разницу в поведении пользователей и выбрать версию, которая лучше отвечает поставленной задаче.

Количесивенные и качественные исследования  
Есть несколько принципов. По которым можно классифиуцировать исследования. Информация в количественных исследоываниях собирается не напрямую от респондента а через методы, позволяющие получить данные сразу от большого числа польщзователй. Например, опрос, посылаемы й для большого числа пользователей или веб-аналитик, замеряющий действия каждого позователя на сайте. Особенность таких метово в том, что они показывают, что происходит, но не объясняют причину. Для того, чтобы выявить причину можно использовать качественные методы. В них данные собираются напрямую от пользователя. Примером таких методов являются интервью или юзабилити тесты. Для того, чтобы получить картину мира, в которой видны и основные проблемы и причины из возникновения, дтзайнеру пот ребудет ся комбинировать оба типа исследований. В зависимости от целей, исследования могут использоваться как длоя изучения, так и для проверки. На протяждении проекта, ворпросы, которые стоят перед дизайнеролвм или проектнйо командойй- меняются. Вначале это открытые вопросы: кто наши пользователи? Какую пользу они видлят в нашем продукте. Задача исслдеования на жтом этапе собрать информацию. Исследования не заканчиваются даже когда проблема изучена, на сену опросам и интервью приходят другие методы – тестирование прототипов, а/б тестирование.