**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА 1.2.2

По курсу Проектирование пользовательских интерфейсов в веб

Составление персонажей и ключевой фигуры

ТЕМА

**«САЙТ ДЛЯ ПРОСМОТРА ФИЛЬМОВ/СЕРИАЛОВ»**

Выполнил:

студент группы 241-321

Андронов Денис Андреевич

Проверил преподаватель:

Натур В.В.

Пухова Е. А.

**Лабораторная работа 1.2.2**

**СОСТАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЖЕЙ И КЛЮЧЕВОЙ ФИГУРЫ**

**Цель работы:**  на основе анализа целевой аудитории, данных о пользователях (персонажа) сформулировать их цели использования веб-ресурса и разработать под них функционал интерфейса

**Задачи:**

1. Определить целевую аудиторию (группу) пользователей сайта
2. Определить основных участников (пользователей, владельцев, клиентов и т.п.), которые могут повлиять на решение задач по созданию веб-продукта
3. Проанализировать данные о пользователях, об их предпочтениях, образе жизни, привычках, профессии
4. Разработать ключевую персону (персонаж), дать характеристики, ее цели и потребности использования веб-ресурса
5. Определить и зафиксировать, как эти данные (характеристики, цели и потребности) персоны будут использованы в проектировании интерфейса

**Список используемых терминов**

**Целевая аудитория** - аудитория потенциальных потребителей какого-либо товара или услуги

**Интерфейс** - граница между двумя функциональными объектами, требования к которой определяются стандартом; совокупность средств, методов и правил взаимодействия (управления, контроля и т. д.) между элементами системы.

**Ключевая персона** - это собирательный образ пользователя, представляющий один сегмент целевой аудитории.

**Определение целевой аудитории сайта.**

Определение целевой аудитории сайта для просмотра фильмов и сериалов включает анализ различных факторов, таких как демографические характеристики, поведенческие и психологические особенности.

**1. Демографические характеристики**

* **Пол**: Мужчины и женщины в равном количестве
* **Возраст:** 18-45 лет (основная группа 25-35 лет)
* **Семейное положение:** 40% женаты/замужем, 60% не состоят в браке
* **Образование:** от среднего до высшего
* **Уровень дохода:** средний и выше среднего (от 50 000 руб./мес)

**2. Технические характеристики:**

* **Уровень владения компьютером:** продвинутый, средний
* **Частота пользования интернетом:** часто (каждый день несколько часов), средне (каждый день по 1-2 часа)
* **Уровень оборудования:** продвинутый (современные смартфоны, Smart TV, ноутбуки, планшеты)
* **Тип соединения с интернетом**: проводной, мобильный

3. **Психологические характеристики**

* **Интересы:** Кино, сериалы, поп-культура, технологии, искусство
* **Ценности:** Качество контента, удобство использования, разнообразие выбора, доступная цена
* **Образ жизни:** Городские жители, ценящие отдых и развлечения

**Выводы:**

Основная аудитория сайта — мужчины и женщины среднего возраста, которые хотят хорошо провести время после учебы или работы.

**Ключевая персона.**



**Имя:** Екатерина

**Возраст:** 28 лет

**Профессия:** Маркетолог в digital-агентстве

**Образование:** Высшее (менеджмент)

**Семейное положение:** Не замужем, есть парень

**Место жительства:** Москва

**Уровень дохода:** 100 000 руб./мес

**Технические устройств:**

iPhone 16 Pro MAX

MacBook Air

Smart TV Samsung

iPad Pro

**Уровень владения компьютером:** Продвинутый

**Частота пользования интернетом:** Каждый день 8-12 часов

**Интересы и хобби:**

* Кино и сериалы (психологические триллеры, комедии)
* Фитнес и йога
* Путешествия
* Фотография
* Посещение кинофестивалей

**Цели использования сайта:**

* Поиск качественного контента для отдыха после работы
* Отслеживание новинок и премьер
* Составление персональных подборок
* Совместный просмотр с парнем и друзьями
* Открытие новых жанров и режиссеров

**Потребности и ожидания:**

* Удобный и интуитивный интерфейс
* Качественные рекомендации на основе предпочтений
* Возможность создания совместных просмотров
* HD/4K качество видео
* Офлайн-доступ к контенту
* Мультиплатформенная синхронизация

**Боли и проблемы:**

* Нехватка времени на поиск качественного контента
* Разрозненность контента по разным платформам
* Неточные рекомендации на других сервисах
* Сложности с совместным просмотром на расстоянии
* Высокая стоимость множественных подписок

**Сценарий использования:**

После рабочего дня Екатерина заходит на сайт, где система предлагает качественные персонализированные рекомендации. Она выбирает сериал, создает виртуальную комнату для просмотра с парнем и наслаждается качественным контентом в 4K.

**Как именно полученные данные будут использоваться в проектировании интерфейса**

**1. Дизайн и визуальная составляющая:**

* Темная тема интерфейса для комфортного просмотра
* Минималистичный дизайн с акцентом на контент
* Крупные качественные постеры фильмов
* Интуитивная навигация с быстрым доступом к функциям
* Адаптивный дизайн для всех устройств

**2. Функциональность:**

* Умная система рекомендаций на основе просмотров
* Функция "Совместный просмотр" с синхронизацией
* Персональные подборки и списки ожидания
* Многопользовательские профили
* Офлайн-доступ к скачанному контенту
* Быстрый поиск с умными фильтрами

**3. Контент-стратегия:**

* Акцент на качественный контент
* Регулярное обновление новинок
* Подробная информация о фильмах
* Тематические подборки и коллекции
* Эксклюзивный контент

**4. Техническая реализация:**

* Быстрая загрузка контента
* Кроссплатформенная синхронизация
* Высокое качество стриминга
* Надежная система рекомендаций
* Оптимизация для мобильных устройств

**Ответы на контрольные вопросы.**

**1. Исследование и разработка целевой аудитории выбранной тематике веб-ресурса. Основные этапы исследования пользователей. Варианты исследования пользователей.**

Основные этапы исследования пользователей:

* Определение цели исследования: начинается с понимания, для чего проводится исследование — будь то разработка нового сайта, улучшение существующего или адаптация контента под новую аудиторию.
* Сегментация пользователей: Деление пользователей на различные группы в зависимости от их характеристик (возраст, профессия, интересы, поведение).
* Сбор данных: Этот этап включает использование различных методов исследования, таких как опросы, интервью, анализ данных.
* Анализ данных: После сбора информации проводится ее анализ для выявления ключевых паттернов и особенностей аудитории.
* Создание профилей пользователей: Формирование персон (персонифицированных описаний целевых групп), которые помогают представить типичного пользователя и его потребности.
* Тестирование и корректировка: Проверка гипотез и прототипов на реальных пользователях для внесения необходимых изменений в проект.

Варианты исследования пользователей:

* Опросы: Проведение анкетирования для получения информации о предпочтениях и поведении пользователей.
* Интервью: Личное общение с представителями целевой аудитории для более глубокого понимания их мотивов и потребностей.
* Наблюдение: Анализ поведения пользователей на сайте или в приложении в реальных условиях.
* Анализ данных: Использование статистических методов для изучения пользовательского поведения на основе аналитики сайта, социальных сетей и других источников данных.
* Фокус-группы: Работа с небольшой группой пользователей для получения качественных данных о восприятии и потребностях.

**2. Какие задачи решает создание профиля пользователя (персоны, покупателя)?**

Создание профиля пользователя или персоны помогает в понимании целевой аудитории: персона помогает команде разработчиков, дизайнеров и маркетологов лучше понять типичных пользователей, их мотивы и потребности. Также создание профиля помогает сосредоточиться на ключевых функциях, которые будут наиболее полезны и востребованы.

**3. Почему важно понять, кто является потенциальными пользователями (клиентами) сайта (приложения)?**

Понимание потенциальных пользователей важно потому, что оно позволяет создать сайт или приложение, соответствующее реальным потребностям пользователей, что повышает их удовлетворенность и вовлеченность. Только клиентоориентированный продукт имеет право на успешное существование и динамичное развитие на протяжении большого периода.

**4. Каковы методы исследования пользовательской аудитории?**

Основные методы исследования пользовательской аудитории включают:

* Количественные методы:
  + Опросы и анкетирование для сбора статистической информации.
  + Анализ пользовательских данных с использованием аналитических инструментов (например, Google Analytics).
* Качественные методы:
  + Интервью для получения более глубоких инсайтов о мотивах и потребностях пользователей.
  + Контекстуальное исследование, включая наблюдение за поведением пользователей в реальной жизни.
  + Тестирование прототипов с реальными пользователями для выявления проблем на ранних стадиях разработки.

**5. Каковы источники сбора информации о пользователях?**

Такими источниками могут быть как статьи в интернете от подтверждённых ресурсов, так и общение с реальными людьми. Важно задать людям качественные вопросы, которые действительно помогут понять всё что нужно для создания качественного интерфейса

**6.Где искать данные для профилирования?**

Данные для профилирования пользователей можно искать в социальных сетях, в научных статьях и анкетах, в опросах и на специализированных платформах

**7. Как в проектировании используется информация о ключевой фигуре?**

Информация о ключевой фигуре (персоне) используется следующим образом:

* Целевая разработка: Все решения по дизайну, контенту и функциональности проверяются на соответствие потребностям и ожиданиям персоны.
* Приоритезация задач: При принятии решений о внедрении новых функций или изменениях на сайте приоритеты расставляются с учетом интересов и потребностей персоны.
* Персонализированный контент: создаются сегментированные маркетинговые материалы, основанные на характеристиках персоны, чтобы повысить релевантность контента.Начало формыКонец формы