

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Факультет компьютерных технологий

Кафедра инженерной психологии и эргономики

Дисциплина: Эргономические веб-технологии

Отчет
по Лабораторной работе №2
на тему: Разработка макета

Студент
гр. 910902

Тишкевич М.С.

Проверил

Кабариха В.А.

Минск 2022

Цель работы: научиться анализировать аудиторию, конкурентов, составлять наж ЦА; познакомиться с картой эмпатии и научиться внедрять ее в работу; ть актуальный макет сайта.

Ход работы:

Тема моего проекта: разработка сайта приюта для домашних животных.

Был проведен анализ целевой аудитории сайта по методу 5w (what? who? why? when? where?). Я использовала метод майнд-карт для лучшей структуризации информации. На рис. 1-2 можно видеть результат анализа аудитории.

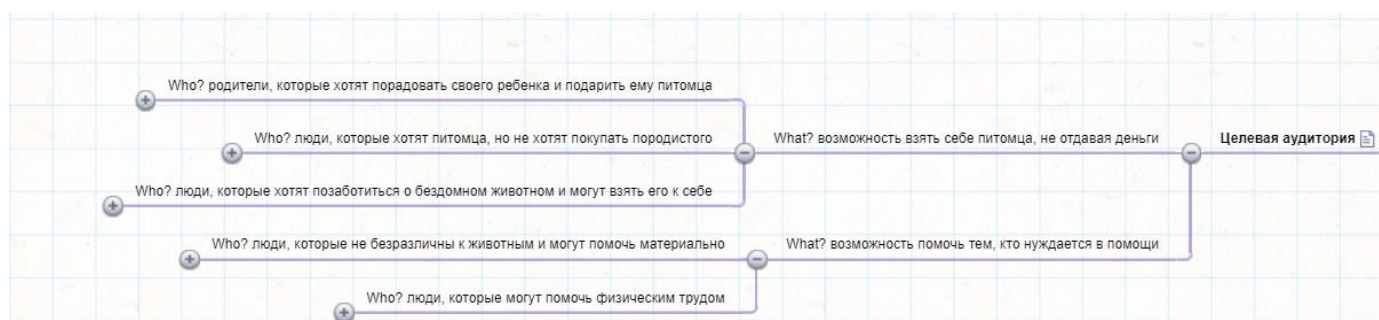


Рис. 1 – Анализ ЦА



Рис. 2 – Анализ ЦА

В результате я выделила три подгруппы людей, которым может быть интересен наш продукт.

Первая подгруппа – *родители, которые хотят подарить своему ребенку питомца*. Они хотят поощрить своего ребенка за хорошее поведение или оценки; они хотят научить ребенка ответственности и приучить к будущей взрослой жизни, когда они должны учитывать не только свои потребности, но и уметь заботиться о другом; они хотят заполнить одиночество ребенка, дать ему замену себе, так как в их семье не складываются доверительные отношения между родителем и ребенком, компенсировать холодность родителя. Они забирают животных в основном летом, на

период летних каникул (основной всплеск приходится на конец мая – середину июля), а также перед крупными праздниками (новый год, 8 марта, 23 февраля), а также перед днем рождения ребенка. Решение принимают непосредственно в самом приюте.

Вторая подгруппа – *люди, которые хотят завести питомца*. Их основные желания: заполнить одиночество, вызванное отстраненностью либо отсутствием партнера; реализовать свою потребность в заботе о ближнем, потому что больше не о ком заботиться, либо же ее слишком много для одного человека; осуществить свою детскую мечту, когда ребенок очень хотел себе питомца, а родители запрещали; получать тепло и нежность, потому что у человека нет тех, кто может дать ему ту заботу, которое он хотел бы получать; быть причастным к добрым делам и приютить бездомного животного, чтобы реализовать свою потребность быть нужным, не чувствовать вину за то, что остался безразличен к страданиям другого. Забирают животных в разное время, основной пик приходится на позднюю осень – зиму, когда наступают холода и промерзает земля. Решение принимают по приезду в приют.

Третья подгруппа – *волонтеры*. Ее тоже можно условно разделить на две части – тех, кто может помочь финансово, и тех, кто может помочь физическим трудом. Их основная потребность: не быть в стороне; поддерживать статус хорошего человека (не обязательно выставлять напоказ, даже анонимная помощь позволяет им чувствовать себя лучше); доказать себе, что они могут быть полезными; занять свое время полезным делом, а не бездельничать. Их время активности: на выходных, в будни после работы. Принимают решение присоединиться к этому приюту, узнав информацию от знакомых, увидев объявление на улицах, увидев рекламу в интернете, наткнувшись на сайт организации.

Следующим действием я нашла конкурирующие сайты с нашим и проанализировала их недостатки. Сайты-конкуренты: <http://www.faunagoroda.by>, <http://kisorg.com/>, <https://barbos.by/>, <https://zooshans.by/>.

Основными недостатками всех сайтов являлся ужасно непродуманный дизайн, в котором пользователь теряется среди всех надписей и ему приходится искать на странице именно то, что ему требуется. На некоторых сайтах было слишком много лишней информации, которая не нужна для посетителей сайта. Возможно, там и находится ценная информация, но не для целевой аудитории. На 3 из 4 анализируемых сайтов главной страницы не было, пользователю сразу предлагаются имеющиеся услуги без анализа того, что ему на самом деле необходимо. На сайтах не продуман путь пользователя.

Основные запросы людей, которые интересуются этой темой: приют для животных, приют для бездомных животных, котенок в дар, кошка в дар, щенок в дар, собака в дар, купить щенка, купить собаку, купить котенка, купить кошку.

Исходя из анализа запросов поисковой системы Google, пиковая активность по этим запросам приходится на январь-февраль и на позднюю весну. Для активного продвижения приюта хорошими ключевыми фразами будет «купить щенка», «купить котенка», а запросы «щенки/котят в дар» не пользуются популярностью. Так же достаточно активно люди просматривают именно приют для животных, так что следует активно продвигать сайт вверх поисковой системы, так как конкуренция будет довольно низкой, потому что большинство приютов не продвигают себя в поисковых системах, а больше пользуются социальными сетями.

Цель сайта: увеличить количество посещений приюта. СТА: забрать своего питомца.

Следующим шагом были составлены пользовательские истории.

1. Как волонтер, я хочу помочь организации, чтобы у большего количества животных появилась возможность обрести новый дом.
2. Как владелец питомца из приюта, я хочу рассказать о своем опыте, чтобы люди поняли, что брать животных из приюта не сложно.
3. Как желающий взять питомца, я хочу получить полную информацию о животных, чтобы я смог выбрать подходящего себе питомца.
4. Как организатор приюта, я хочу отдать животных в хорошие руки, чтобы не пришлось их усыплять из-за недостатка места/средств.
5. Как любитель животных, я хочу распространить информацию о приюте, чтобы больше людей брали бездомных животных, а не покупали породистых.

Для персонажа ЦА необходимо было выделить ключевую подгруппу, которая для нас наиболее ценна. Этой подгруппой стала вторая.

Персонаж целевой аудитории:

Кто? Герман, 32 года, живет один в съемной квартире, отношений нет, работает удаленно, периодически нужно появляться в офисе, денег достаточно, обеспечивает себя сам, не бедствует, любит собак.

Что видит? Знакомые и друзья постепенно заводят серьезные отношения, семью, детей. В соц. сетях многие транслируют свою жизнь с питомцами. Смотрит забавные ролики с животными. Видит, как другие исполняют свои мечты. Многие из окружения проходят сложный этап в жизни и обращаются к психологам.

Что говорит? Нужно остепениться и сместить фокус с работы на построение отношений. Я уже так много сделал для своей финансовой безопасности, что теперь точно могу заботиться не только о себе. Я всю жизнь жил так, как мне говорили, как считал правильным, а теперь я хочу следовать своим желаниям. Я так много искал отговорок, чтобы не делать то, что хотел на самом деле.

Что делает? Работает удаленно. Любит бывать на природе, часто выезжает с друзьями. Хорошо ладит с питомцами друзей. С радостью согласится посидеть с чужим питомцем. Любит долгие прогулки. Ищет как разнообразить жизнь и не скучать на выходных. Часто выбирается на активный отдых с друзьями.

Что слышит? Я сделал предложение своей девушке. Мы наконец-то съехались. Как хорошо, что я получаю зарплату в долларах. Я устал постоянно работать, хочу найти занятие по душе/разнообразить жизнь. Как дела на личном фронте? Я бы так хотел завести еще одного питомца, но для двоих не хватит места в квартире. Я решил переехать в другую страну. Ты так старательно работаешь, мне нравится твой подход!

Боли:

- я не справлюсь с воспитанием щенка;
- у меня не будет хватать на него времени;
- вдруг я буду плохим хозяином?
- а если собака из приюта будет больной и мне придется тратить на лечение?
- смогу ли я уследить за щенком, ему ведь нужно очень много внимания;
- а кто присмотрит за ним, если я заболею?
- я не смогу приезжать надолго к друзьям.

Выгоды:

- ✓ хочу осуществить детскую мечту;
- ✓ хочу заботиться хоть о ком-то;
- ✓ будет больше активности в течение дня, надо будет выгуливать собаку;
- ✓ будет постоянный компаньон для пробежек, прогулок, не придется сидеть дома или гулять одному;
- ✓ смогу получать больше внимания от девушек и может так найду себе партнершу.

Ключевые преимущества сайта:

- ❖ современный и понятный пользователю дизайн;
- ❖ пользователю удобно просматривать каталог животных, и он может использовать фильтры для поиска;
- ❖ наличие обучающих статей, которые помогут в выборе животного и начальной адаптации животного у себя дома.

И завершающим этапом была разработка макета сайта, используя проведенную аналитику.

Ссылка на файл: <https://www.figma.com/file/fGMu9Hc1uWGLrIFcSga4hw/Макет-для-приюта?node-id=0%3A1>

Вывод: в ходе лабораторной работы я разработала концепцию сайта. Был проведен глубокий анализ целевой аудитории сайта, выявлен персонаж. Я научилась использовать майнд-карты, составлять карту эмпатии, на основе которой был описан персонаж ЦА. Был проведен анализ конкурирующих сайтов, запросов по похожей тематике. Итогом данной работы стал готовый макет сайта.