



**Разработчики с Марса, пользователи с Венеры.
Место встречи – сайт.**

Ксения Стернина sternina@corp.mail.ru

@mail.ru[®]

Два подхода к юзабилити

Юзабилити-инженерия – метод оптимизации взаимодействия человека с продуктом или услугой.

Юзабилити можно рассматривать на двух уровнях:

- Оптимизация **интерфейса**
- Оптимизация **деятельности** пользователя

Оптимизация интерфейса

- Формы, цвета, шрифты, размеры
- Ссылки голубые/подчеркнутые, Не писать зеленым по красному
- Закон Фиттса, Правило 7+2, Баннерная слепота

The screenshot displays the Borland Together 6.2 IDE interface. The 'Java Metrics' window is open, showing a table of metrics and a 'DOIH - Depth Of Inheritance' diagram. The diagram is a radial chart with various metrics plotted as points and connected to the center by lines. The table below shows the data for the metrics.

Metric	Value
AF	91
AF	0
CBO	6
CC	22
CF	110
CR	0
DAC	3
DOH	4
FO	7
HEI	54
HEI	34580
borland	0
interop	8
interop	22
interop	0
interop	3
interop	4
interop	7
interop	54
interop	34580
interop	8
interop	22
interop	0
interop	3
interop	4
interop	7
interop	54
interop	34580
interop	6
interop	22
interop	0
interop	1
interop	2
interop	7
interop	5
interop	2030

Оптимизация деятельности

- Цели, задачи организации и пользователя лично
- Среда, обстановка, контекст использования
- Навыки, привычки, мотивы, сложности, отношение к происходящему
- Психофизиологические реакции, ограничения, используемая терминология, восприятие
- Оборудование, устройства, особенности использования
- Последовательность действий, логика работы



Изучаем среду обитания

- Где люди используют сервис: дом, улица, метро, за рулем
- Как среда **влияет** на использование



Изучаем среду обитания

- В какой **обстановке** используется сервис?
- Есть ли условия, мешающие работе: шум, постоянное прерывание работы с сервисом дополнительным миганием на экране, звонками, коллегами, детьми



Изучаем среду обитания

- Важен **контекст** использования
- Возможно, у компьютера не один пользователь. А может экран постоянно смотрит начальник.



Изучаем деятельность

- Через какие устройства человек использует сервис?
- Возможно, имеет значение размер монитора, наличие колонок, восприятие сервиса через мобильный телефон



Изучаем деятельность

- Какие задачи человека решает исследуемый сервис,
- а какие у него есть еще...



Изучаем деятельность

- Есть ли ограничения в использовании?
- Обратите внимание на внешний вид рабочего стола, установленные программы, браузер, тулбары, домашнюю страничку



Изучаем деятельность

- Последовательность действий
- Узнать о ежедневной активности человека, начиная с утра: кофе, почта, погода, пробки...
- В какое время и в каких ситуациях он использует ваш продукт
- Если у большинства пользователей последовательность использования определенных функций одинакова, имеет смысл подстроить интерфейс под эту последовательность



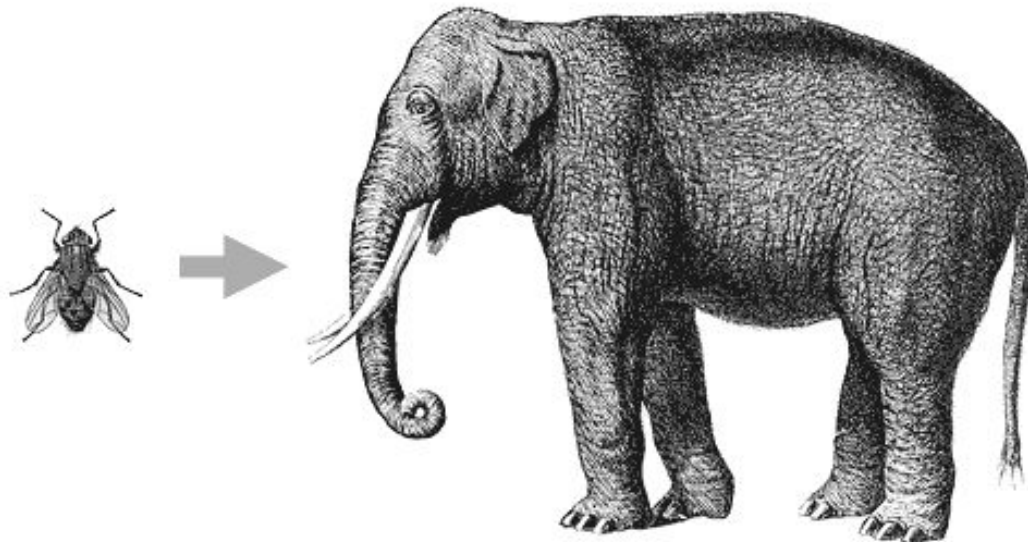
Изучаем деятельность

- Вообразите себя психологом
- Когда, при каких обстоятельствах, зачем он пользуется сервисом, пробовал ли конкурентов, пусть сравнит.
- Дайте время, пусть вспомнит, какие были сложности при использовании. Особо яркие случаи люди помнят хорошо



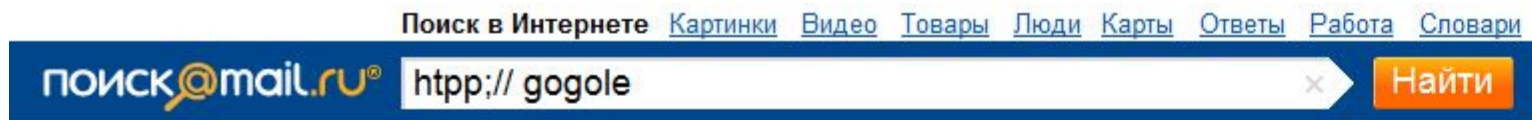
Изучаем деятельность

- Смотреть. Пусть показывают всё, о чем говорят
- Возможность проверить, а точно ли этот человек пользуется так, как он говорит, а также наблюдать те вещи, которые сам человек не замечает, да и не должен замечать
- Можно сопоставить восприятие пользователя и реальные его действия
- Попутно всплывают какие-то особенности использования, мотивация, навыки. отношение.



Изучаем восприятие

- Психофизиология
- Влияют ли навыки, физиологические или психологические особенности на использование сервиса?
- Обращайте внимание на скорость печати (typing abilities),
- На переходы по сайтам (вбивают ли в поиск или в адресную строку);
- Человек больше кликает по ссылкам или вводит что-то в систему (clicking vs typing).
- Как человек попадает на сервис, с какими сложностями он сталкивается и что при этом чувствует



Изучаем восприятие

- Словарный запас
- Когда человек рассказывает, чем и как он пользуется, прислушайтесь к употребляемым словам.
- Язык, который он использует, обнажает его понимание происходящего.



Изучаем восприятие

- Восприятие неосознанного
- Если у вас есть гипотезы, не стесняйтесь их проверять.
- Например, вы знаете, что ваш сервис работает медленнее конкурентов, спросите у человека, который пробовал оба сервиса, замечал ли он, что один из сервисов работает быстрее другого.
- Возможно, вы заостряете внимание на проблемах, которые не являются ключевыми факторами неприятия вашего сервиса.



Изучаем восприятие

- Влияние внешнего
- На выбор того или иного сервиса могут влиять внешние факторы.
- Спросите, возможно, человек увидел рекламу или сервис ему порекомендовали.
- Некоторые люди могут оставить привычные сервисы только потому, что так им посоветовал доверенный человек.



Изучаем восприятие

- Проверка очевидности
- Если у вас есть сомнение, понимают ли пользователи как работают нестандартные элементы навигации на вашем сервисе, понимают ли они логику работы и название кнопок, проверьте это.
- Попросите рассказать, что произойдет, если он нажмет на эту кнопку (не нажимая ее, пусть предположит).



Методы исследования

- Тестирование терминологии
- Карточная сортировка
- Наблюдение
- Юзабилити-тестирование



Где взять людей

- Рабочее место пользователя
- Друзья, родные (реальные или потенциальные ваши пользователи)
- Сделайте рассылку, пригласите к себе в офис





СПАСИБО!

Ксения Стернина
sternina@corp.mail.ru

@mail.ru[®]

www.mail.ru