

# Най-модерната тенденция в уеб дизайна - UX

31 май 2010

за семинара на Уеб Експо 2010

<http://webexpo.net/>

Димитър Симов, Лукрат



# Кой говори



Димитър Симов

[jimmy@lucrat.net](mailto:jimmy@lucrat.net)

0885 909 927

туитър: [@туитър: @dsimov](https://twitter.com/dsimov)





# ЛУКРАТ

Първата организация в България, предлагаща професионални **услуги по ползваемост** за сайтове, уеб услуги и софтуерни продукти.

Помагаме на всички да правят полезни и лесни сайтове, продукти и услуги.

[www.lucrat.net](http://www.lucrat.net)



# През погледа на някои важни люде за потребителското изживяване



# Джарид Спул

Jarred Spool



## Разноостранност на дизайнерите на потребителско изживяване:

- писане на текстове
- информационна архитектура
- тестване с потребители
- проектиране на взаимодействие
- графичен дизайн
- ... и други



# Пътят към успеха е в три неща

1. **виждане напред:** всички в екипа работят с една и съща цел и имат еднаква представа как изглежда продуктът след 5 години
2. **гледане:** поне веднъж на 6 седмици гледайте как ваши потребители ползват вашия продукт
3. **разбиране (култура):** не се бойте от провал, а награждавайте провалилите се, заради смелостта им да пробват



# Дизайн чрез игра

Дона Спенсър

Donna Spencer



Играта е отличен начин за по-добро въвличане на хората в проектирането: и екипа, и потребителите

Особено ако има и състезателен елемент.



# Игри за проектиране

1. **асоциации:** за извличане на терминология – изредете всичко каквото ви идва наум, свързано с...
2. **дизайн в екип и за време:** предизвикване и извличане на максималното от група хора
3. **сортиране на картончета:** за изграждане на информационна архитектура





# Вярва в максимата полезен-ползваем-желан

Дан Сафър

Dan Saffer



- Вижда бъдещето в роботите и в персонализацията
- Пипането по екрана ще става все по-вездесъщо, затова и на жестовото взаимодействие ще се обръща повече внимание



# Персонализиране

1. **продукти като личности:** вграждането на личностни характеристики прави продуктите по-интересни, а хората по-въвлечени

2. **емоционалност:** чрез изпитване на подробностите и обратната връзка – направете продукта да се държи като човек и хората започват да го възприемат като личност

3. **ЗВУК**



# Цифрови туземци

Брайън Флинг

Brian Fling



- Идните 10 години стават все по-мобилни



# Идните 10 години

1. **цифрови туземци:** хората вече отрастват с мобилен телефон и в идните 5 години цифровчаните ще са повече от другите
2. **контекст:** взаимодействията, които проектираме все повече ще съобразяват контекста
3. **стандарти:** начини за решаване на проблеми, определящи как се използват инструменти и уреди



## Бил Скот

Bill Scott



Лещи: поглед върху  
потребителското  
изживяване през един  
проектантски принцип

- сложно/просто
- ПОТОК
- интересни моменти



# Тайният сос на потребителското изживяване

1. **отлична услуга:** сайтът може да има кусури, но когато услугата като цяло е добра, част от тази доброта се прехвърля върху сайта
2. **аналитична ползваемост:** следенето на показатели, свързани с ползването на един сайт, дава информация



# Всички трябва да тестват за ползваемост:

Стив Круг

Steve Krugg



- Нова книга за това: Rocket surgery made easy
- Всяка учебна програма по някакъв дизайн, с кратък курс по ползваемост
- Тестване за ползваемост е като психоаналитична сесия



# Рецептата за решаване на проблеми

1. **Фокус върху важните:** изберете и адресирайте най-важните, а не най-лесните
2. **Повече наблюдатели:** вкарайте повече наблюдатели после обсъдете заедно
3. **Не правете редизайн:** решаването на проблемите не е ефективно да става чрез редизайни, а чрез натъкмяване (с тел, канап и плюнка)





# Джейкъб Нийлсен

Jakob Nielsen



Занаятът ползваемост ще  
нарастне поне 100 пъти

Въпреки това няма да има  
достатъчно специалисти,  
които да покриват всички  
нужди

Ще трябва да се научите  
сами да си правите  
тестовете за ползваемост



# Има лоши причини за нововъведения и промени:

## Ерик Райс

Eric Reiss



- да се отличи продуктът ти от другите
- да се изкефиш
- да изкараш повече кинти

... и една добра

- да решиш потребителски проблем



# Уеб догма

- Премахнете или преработете всичко, което
  - удовлетворява единствено вътрешната политика на собствениците
  - задоволява само егото на дизайнера
  - е без значение в контекста на страницата
  - намалява способността на посетителите свободно да навигират
  - принуждава посетителите да гадаят
- Не изисквайте никакъв софтуер, с изключение на брауъра, за да работи сайтът правилно
- Съдържанието трябва да може да се чете, разпечатва и изтегля
- Не жервайте ползваемостта заради наръчника по стил
- Не принуждавайте посетителите да се регистрират или предават лични данни
- Нарушавайте тези правила вместо да правите варварства



# Питър Мерхолц

Peter Merholz



## Сайтът е само част от цялостното изживяване

- засилена роля на сайтовете в образа на компаниите
- потребителското изживяване дело на всички, не само на дизайнерите



# Стратегия за изживяването

1. **опознаване на клиента**: емоционални, интелектуални и функционални нужди – емпатия
2. **групови образи**: семейства и други групи - хората рядко ползват продукти в изолация
3. **изживяването преди системата**: на първо място мислим за цялостното изживяване, после за продукта



# Търсенето - начин на учене и откривателство

## Питър Морвил

Peter Morville



- Ще проектираме така, че да помагаме на хората да учат
- Сложна, приспособяваща се система – всички части взаимодействат
- Все по-вградено в мобилни устройства, въпреки трудното въвеждане на текст



# Търсенето

1. **утвърдени образци**: все по-широко използване на стесняване и разширяване на резултати, първо най-доброто, авто-допълване, авто-предлагане
2. **отговори, а не резултати**: помощ за хората да вземат решения и да разбират
3. **търсене по повече начини**: жестове, глас/звук, образи



# Кристофър Фахи

Christopher Fahey



## Човешкия интерфейс

- Мислим за продуктите като за човешки същества
- Отразяваме човешки качества в цифрови изживявания: продуктивности с ум, чувства, емоции, имена

Трябва ние да очовечим продуктите, инак те ще ни омашинарят





# Продукти с индивидуалност

1. **помагат**: не заместват хората, а им помагат по-добре да си вършат работата
2. **не повтарят хората**: не приличат на хора – още сме далеч
3. **разумност**: приемат данни от околната среда и ги тълкуват



# Сюзан Уайншенк

Susan Weinschenk



Изследва пътя на  
убеждаването (persuasion)

Това е и пътят на цялата  
фирма Human Factors  
International

Все повече психология -  
нова книга Neuro Web  
Design: What makes them  
click



# Все повече психология

## 1. убеждаване:

- вземаме решения подсъзнателно
- искаме да имаме избор, но големият избор ни смачква
- влияем се: завист, копиране, превъзходство, сласт... когато не знаем или не сме сигурни гледаме другите

## 2. **МОЗЪКЪТ** се състои от три части: нова, средна и стара, Успешният дизайн трябва да обслужва всички части

- Новата прави съзнателна обработка
- Средната се занимава с чувства, картини, разкази и лица
- Старата мисли за оцеляване: какво да ям, как да избегна опасностите, с кого да се размножа



# Интерфейси в първо лице: по-малко абстрактност

Люк Роблески

Luke Wroblewski



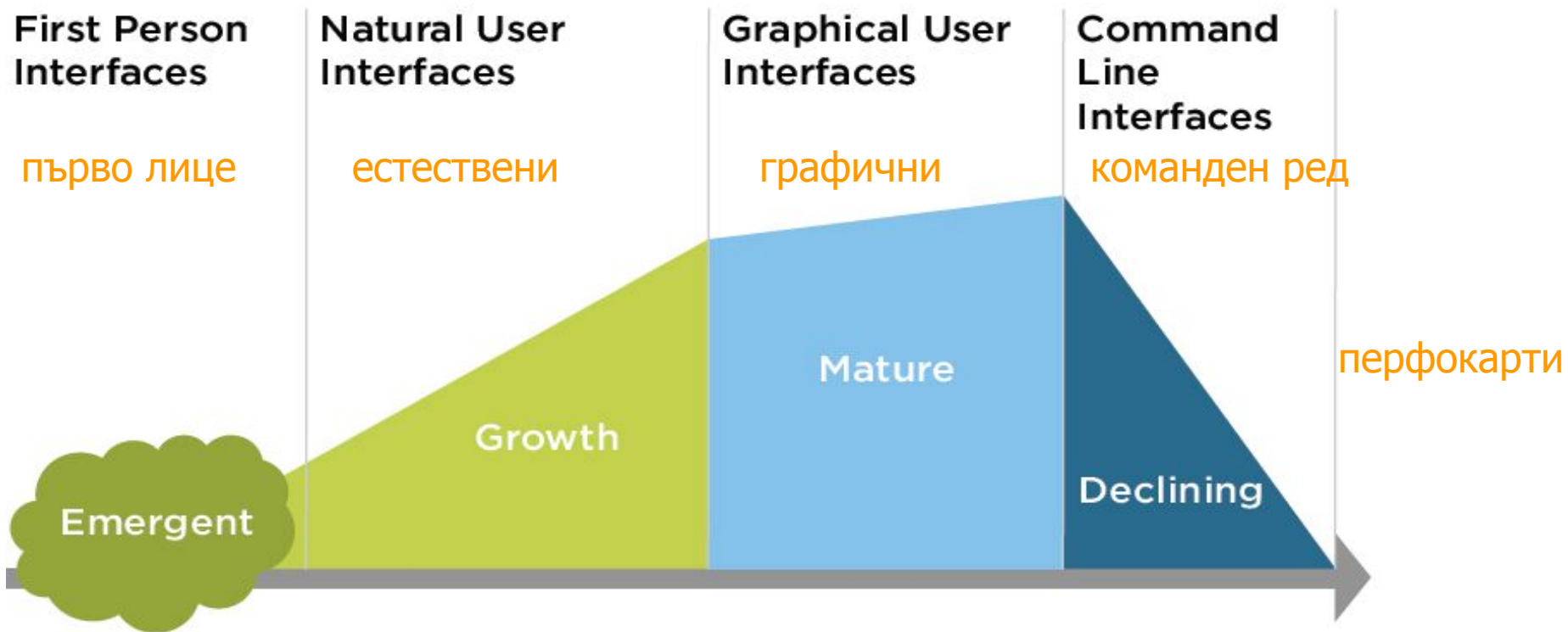
Взаимодействаме със света  
чрез датчици, които са  
постоянно включени

Получаваме данни според  
контекста: кой си, къде си,  
какво е наблизо и кой е  
наоколо



# Интерфейсите

по абстрактност: перфокарти -> команден ред -> графичен  
-> естествен -> първо лице



[http://www.lukew.com/resources/articles/FirstPersonInterfaces\\_05132010.pdf](http://www.lukew.com/resources/articles/FirstPersonInterfaces_05132010.pdf)



## Алърн Купър

Alan Cooper



Вижда бъдещето в по-добро сътрудничество между програмисти и дизайнери

„Нашият слон и вашият слон хобот за хобот през вековете“

Начинът е чрез повече гъвкавост: agile



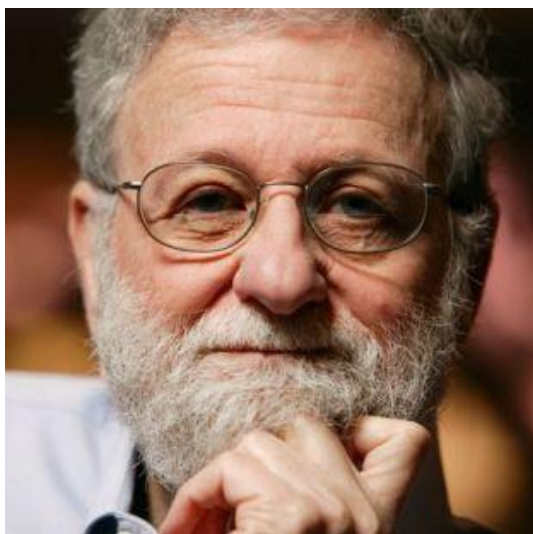
# СЪВМЕСТНОСТ

1. **сливане с екипа**: дизайнерите трябва да се вляят в разработващия екип
2. **гъвкавост**: работа заедно, а не подробни спецификации
3. **икономичност**: опознаване на потребителите и по-малко промени в изискванията, по-малко документиране и комуникиране на дизайна



## Дон Норман

Don Norman



Да следваме вече  
утвърдения добър опит в  
потребителското  
изживяване, натрупан  
през последните 30 години

Другото е по-интересно...





# Другото бъдеще

Продукти, сложни под повърхността, но лесни за ползване

Обратното на сложно, не е просто, а ползваемо и разбираемо

Компютърът изчезва. Появяват се уредите, които пасват на начина ни на живот, а не го променят



# Дизайнерите на потребителско изживяване

Стават енциклопедисти

Работят по-близо с програмистите

Тестват сами с потребители, по-често и повече

Познават психологията на хората още повече

Чрез игра постигат по-готини резултати



# Взаимодействие от нов тип

Персонализирането продължава: продукти с индивидуалност и емоционалност

Мобилност, взаимодействие с пипане, интерфейси от първо лице

Цифровите туземци ще ни превземат

Добро търсене: отговори, а не резултати



# В крайна сметка

Общо виждане и възнаграждаване на провалите – гаранция за успех

Цялостност на услугата: грижа на всички и важна цел

Сложност, която не пречи на взаимодействието



# Край

