

Одиннадцатая независимая научно-практическая конференция «Разработка ПО 2015»

22 - 24 октября, Москва



Как исследования помогают разрабатывать и верифицировать интерфейсы (опыт поиска по картинкам Mail.ru)

Ксения Стернина

Mail.ru Group

ПОЛЕВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ (ЭТАП 1)

Проведено полевое исследование пользователей поисковых систем (2010 г.).

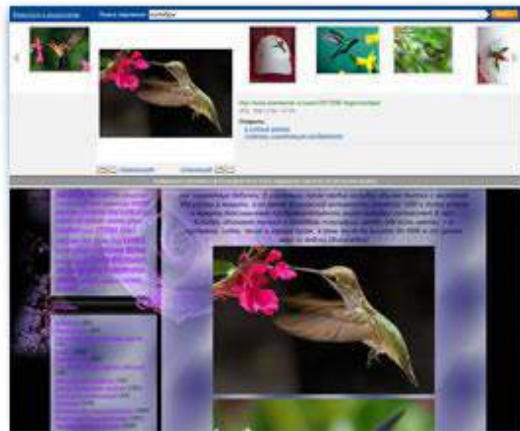
Основное полученное знание – при поиске картинки человек не останавливается на первом понравившемся результате, а продолжает искать, **сравнивая новый результат с предварительно отобранным.**



ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНТЕРФЕЙСА (ЭТАП 2)

Из знания о паттерне поиска картинок родилась идея **оставлять предварительно отобранную картинку на экране и продолжать поиск.**

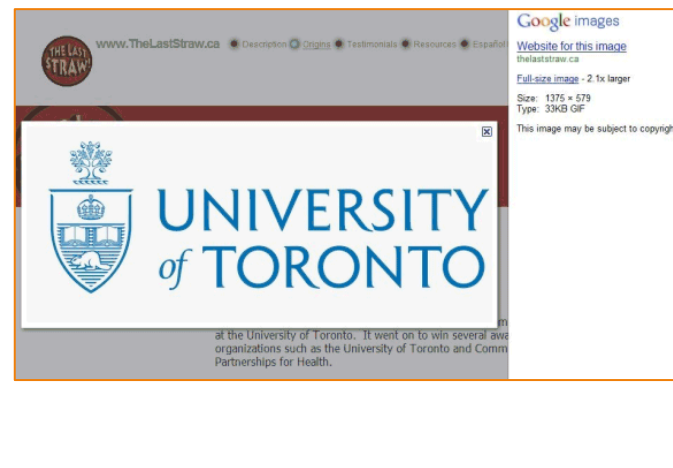
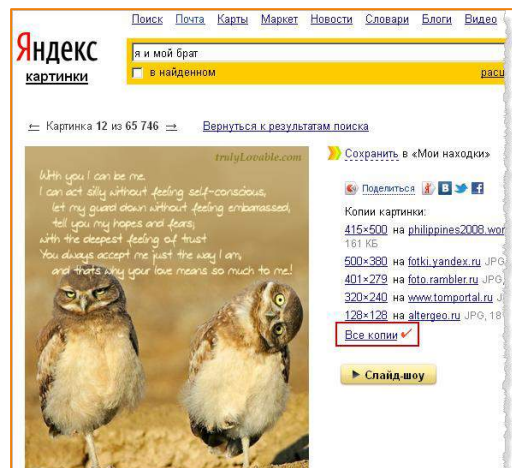
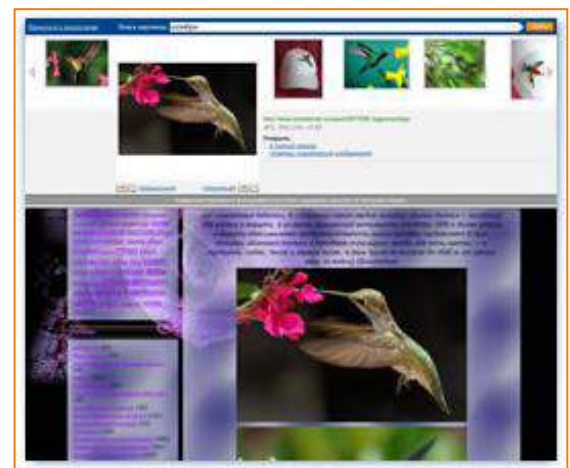
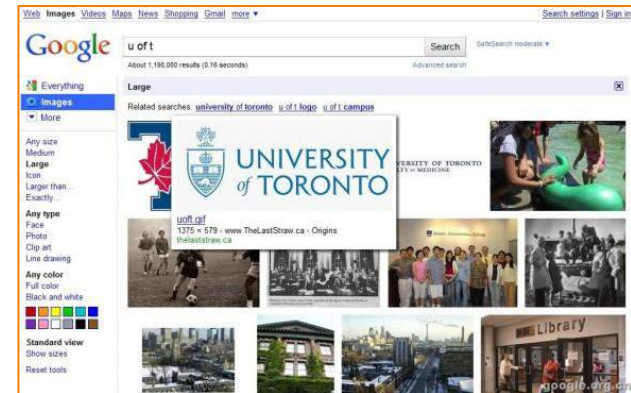
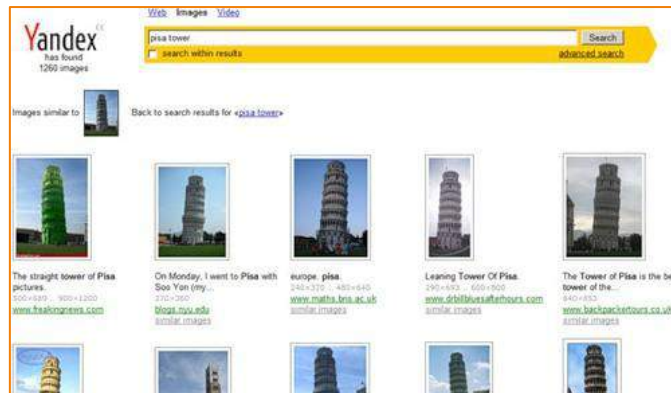
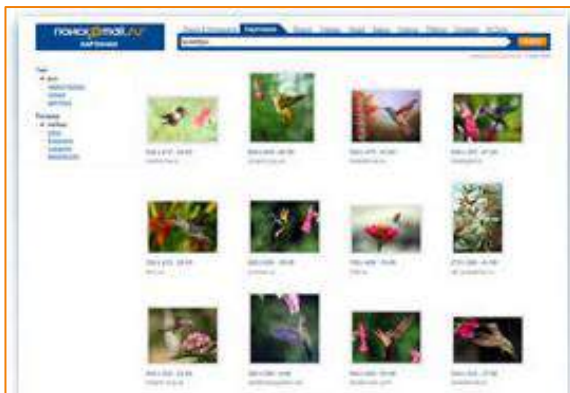
До



После



ИНТЕРФЕЙСЫ 2010г.



ТЕСТИРОВАНИЕ «ДО» И «ПОСЛЕ» (ЭТАП 3)

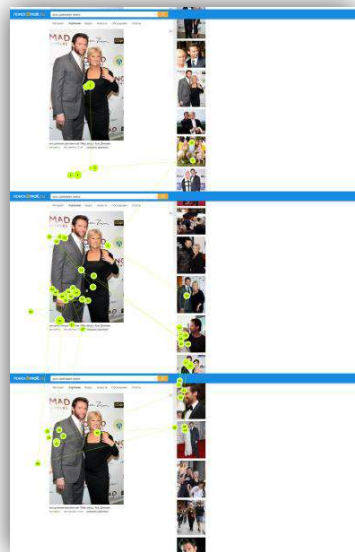
Респонденты выполняли типичные для себя задачи в двух вариантах интерфейса, а исследователи измеряли время на выполнение задачи.

Оказалось, что в новой версии респонденты справились **на 36% быстрее.**

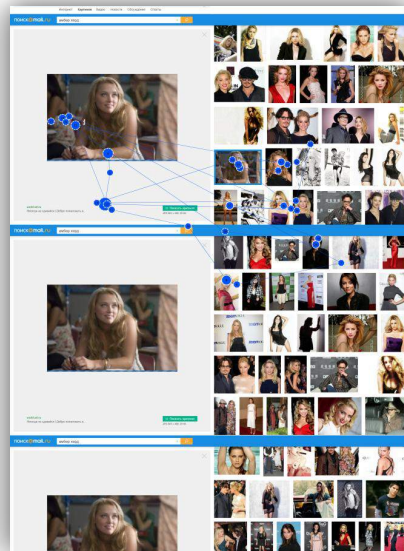


СРАВНЕНИЕ С КОНКУРЕНТАМИ (ЭТАП 4)

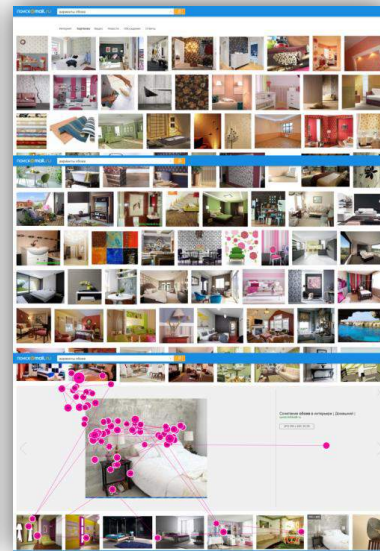
К 2014 г. интерфейс видеоизменился. А у конкурентов появились новые интерфейсные решения.



«Текущая версия»



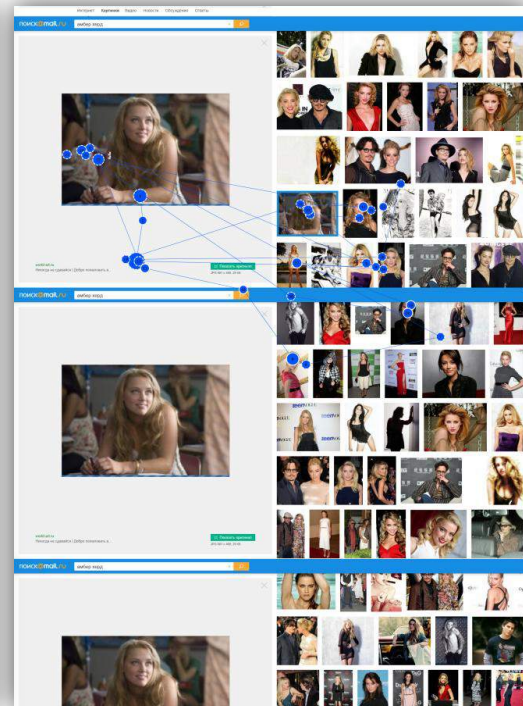
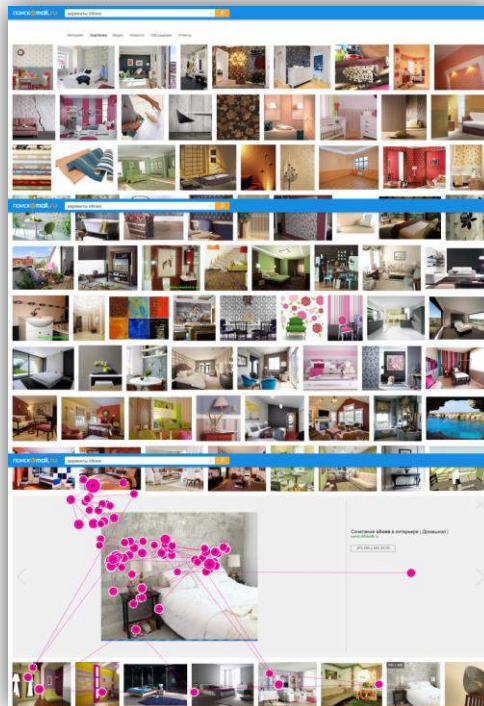
«Новая версия»



«Гугл-версия»

ФИКСИРОВАННАЯ КАРТИНКА НУЖНА

В 97,9% случаях (233 из 238) испытуемые многократно переводили взгляд от фиксированной картинки к остальным результатам поиска и обратно.



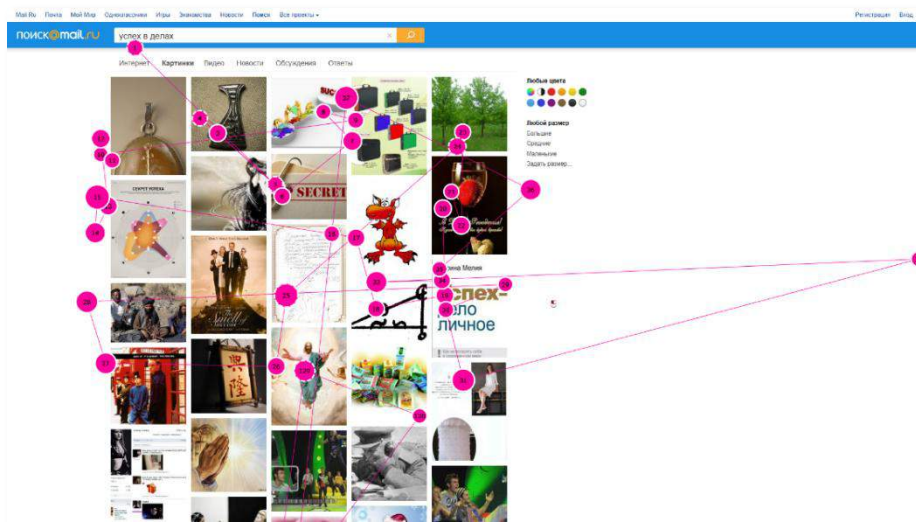
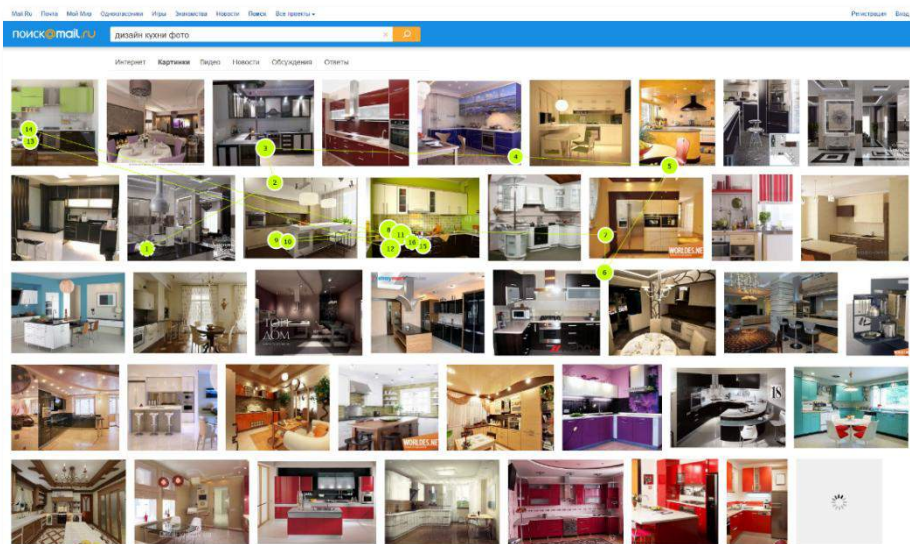
СКОРОСТЬ ПОИСКА КАРТИНКИ

В интерфейсе с фиксированной картинкой время перевода взгляда от «целевой» картинки к остальным результатам поиска в среднем составляет **300 мс.**

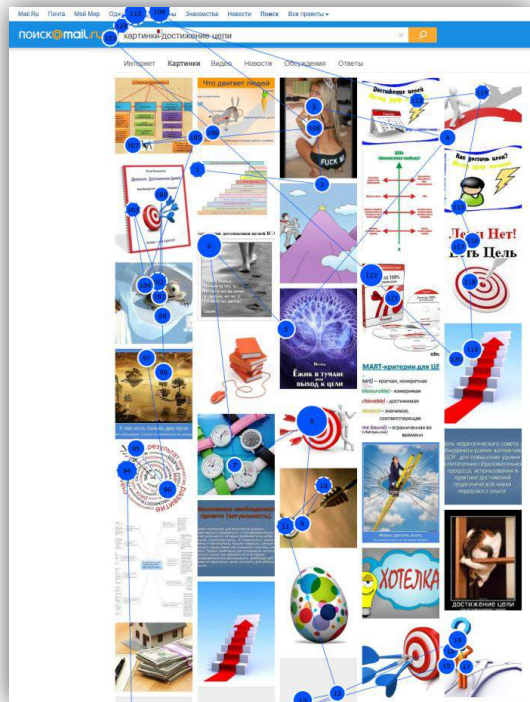
А в интерфейсе, когда целевая картинка «уходит» за пределы видимости экрана (как это реализовано в поисковых системах Google и Яндекс), это время составляет в среднем **1800 мс.**

«УЗКАЯ» ИЛИ «ШИРОКАЯ» ВЫДАЧА

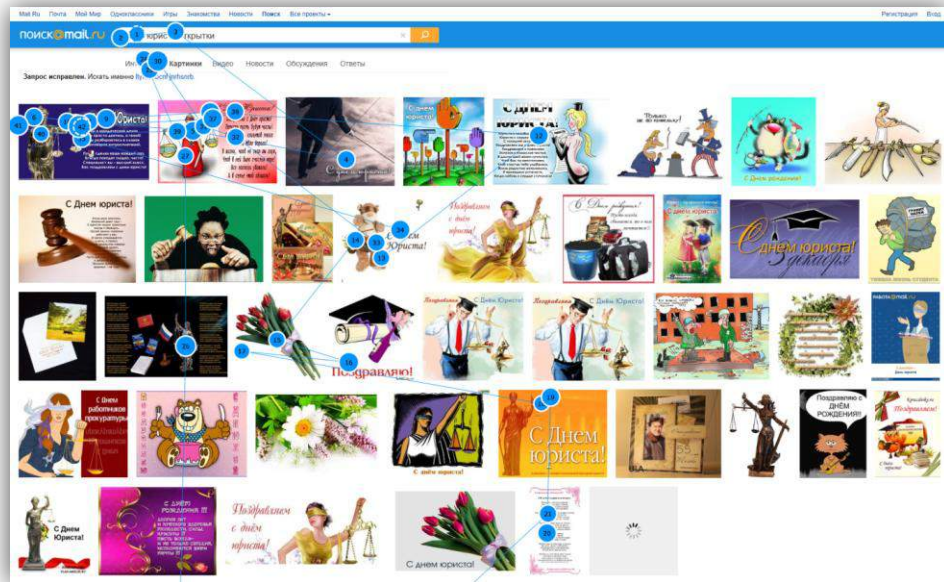
Все респондентам больше нравится, когда на экране помещается больше картинок.



В «УЗКОЙ» ПРОСМАТРИВАЮТ БОЛЬШЕ



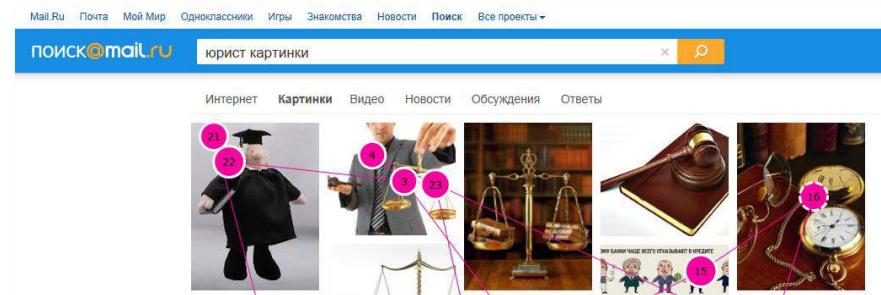
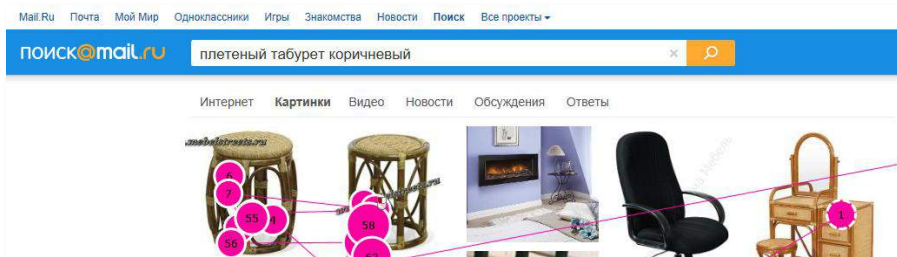
Просмотрено 63% (22 из 35)



Просмотрено 26% (10 из 39)

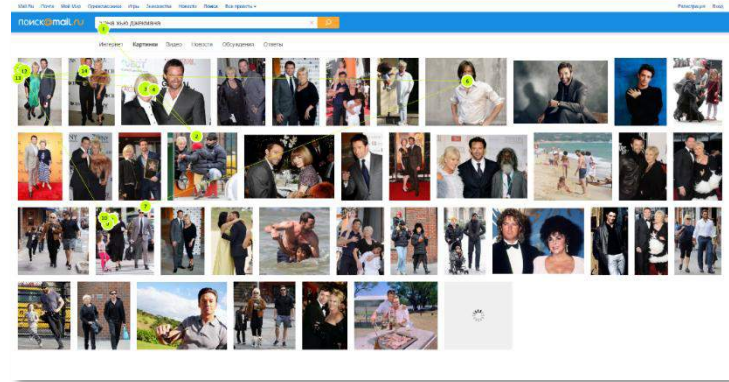
СТРАТЕГИИ ПОИСКА (1 из 3)

Если по текущему запросу картинка не найдена, то пользователи добавляют к текущему запросу больше текстовых описаний атрибутов картинки (цвет, форма, год, место, ситуация, форма и т.д.)



СТРАТЕГИИ ПОИСКА (2 из 3)

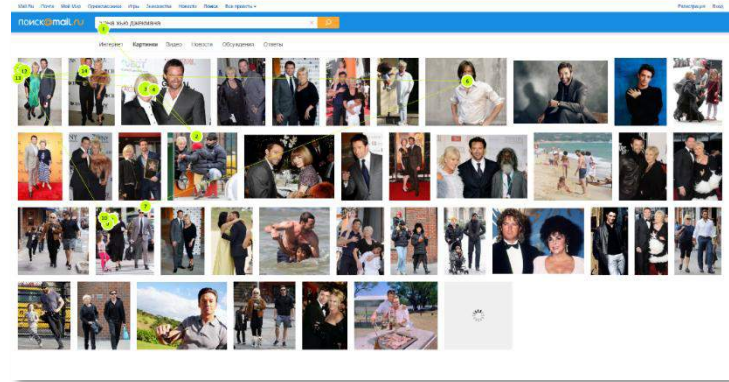
Молодые люди (18-24) просматривают только верхние результаты и, в случае неудачи, переформулируют запрос. Не просматривают много результатов, долго не скролят. Люди старших возрастных групп действуют наоборот.



СТРАТЕГИИ ПОИСКА (3 из 3)

Взрослые респонденты (30+) часто использовали клавишу Backspace для навигации (возврат к полному списку картинок или к предыдущему запросу).

Такое поведение характерно и для других проектов.



СПАСИБО!

Стернина Ксения sternina@corp.mail.ru

