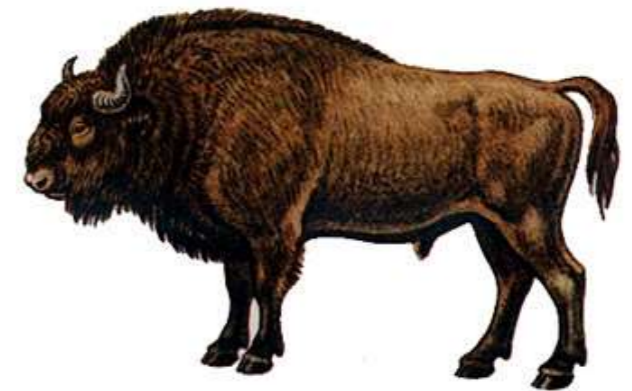


# Анализ конкурентов с помощью юзабилити-тестирования

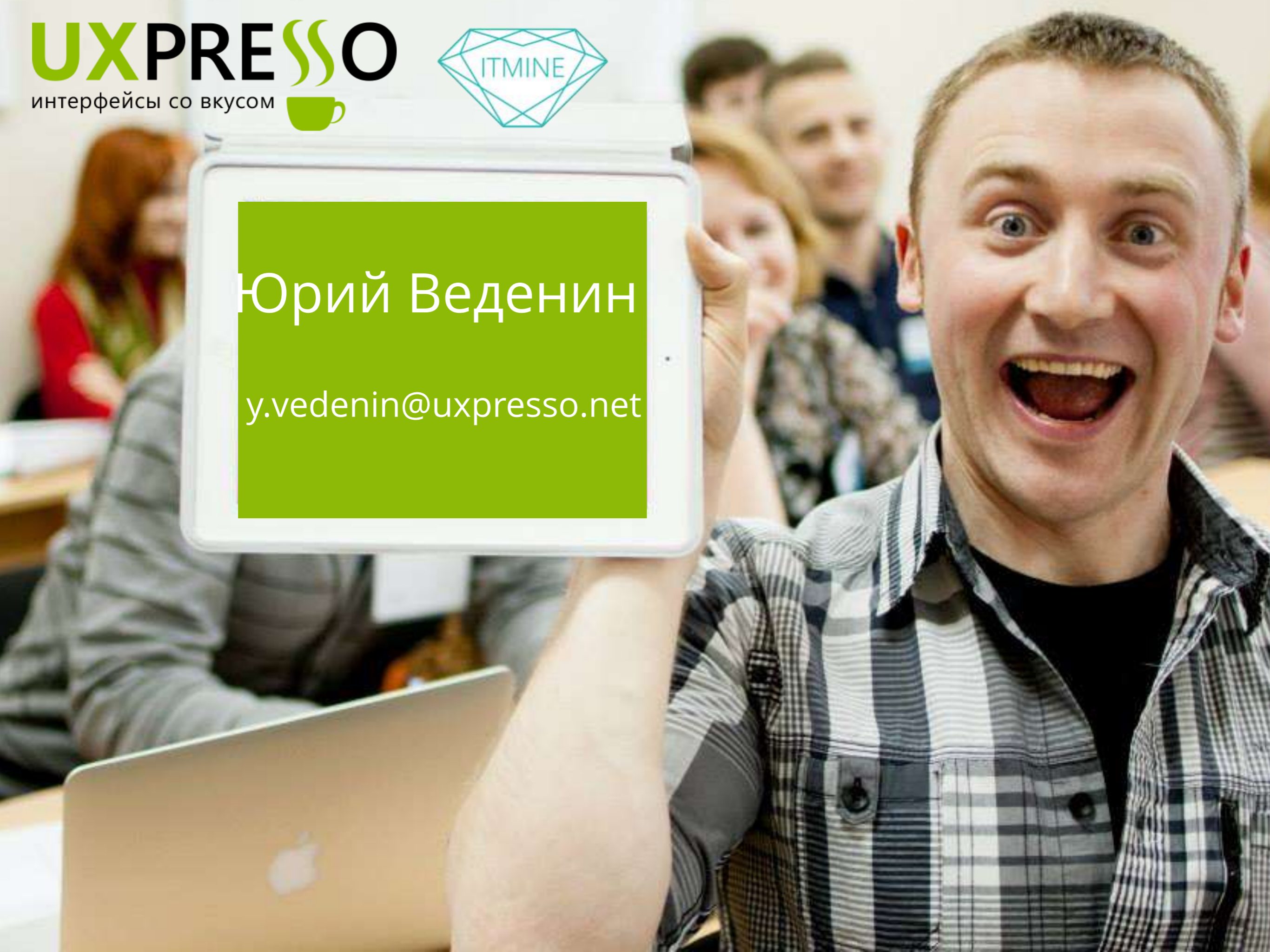


9 @PCampMinsk  
августа '14  
productcamp



Юрий Веденин

[y.vedenin@uxpresso.net](mailto:y.vedenin@uxpresso.net)



# Продакт Менеджеры

1. Определяют, что нужно пользователям
2. Оценивают тренды и конкурентов на рынке
3. Решают, что делать (и что НЕ делать) с продуктом

# Продакт Менеджеры

1. Определяют, что нужно пользователям
2. Оценивают тренды и **конкурентов** на рынке
3. Решают, что делать (и что НЕ делать) с продуктом

# Анализ конкурентов

Кто это делает?

# Анализ конкурентов

А как вы это делаете?



# Анализ конкурентов

А что если я скажу тебе ...



# Зачем совмещать?

1. У нас-то «замыленный» взгляд
2. Наблюдаем взаимодействие в чистом виде
3. Куча прилегающих НИШТЯКОВ...



# Что нужно

1. Доступ к продукту (-ам)
2. Доступ к пользователю (-ям)
3. Показатели для сравнения
4. Сценарии

# Самое главное

1. Доступ к продукту (-ам)
2. Доступ к пользователю (-ям)
3. Показатели для сравнения

# Ещё главнее

1. Доступ к продукту (-ам)
2. Доступ к пользователю (-ям)

# Юзабилити-тестирование

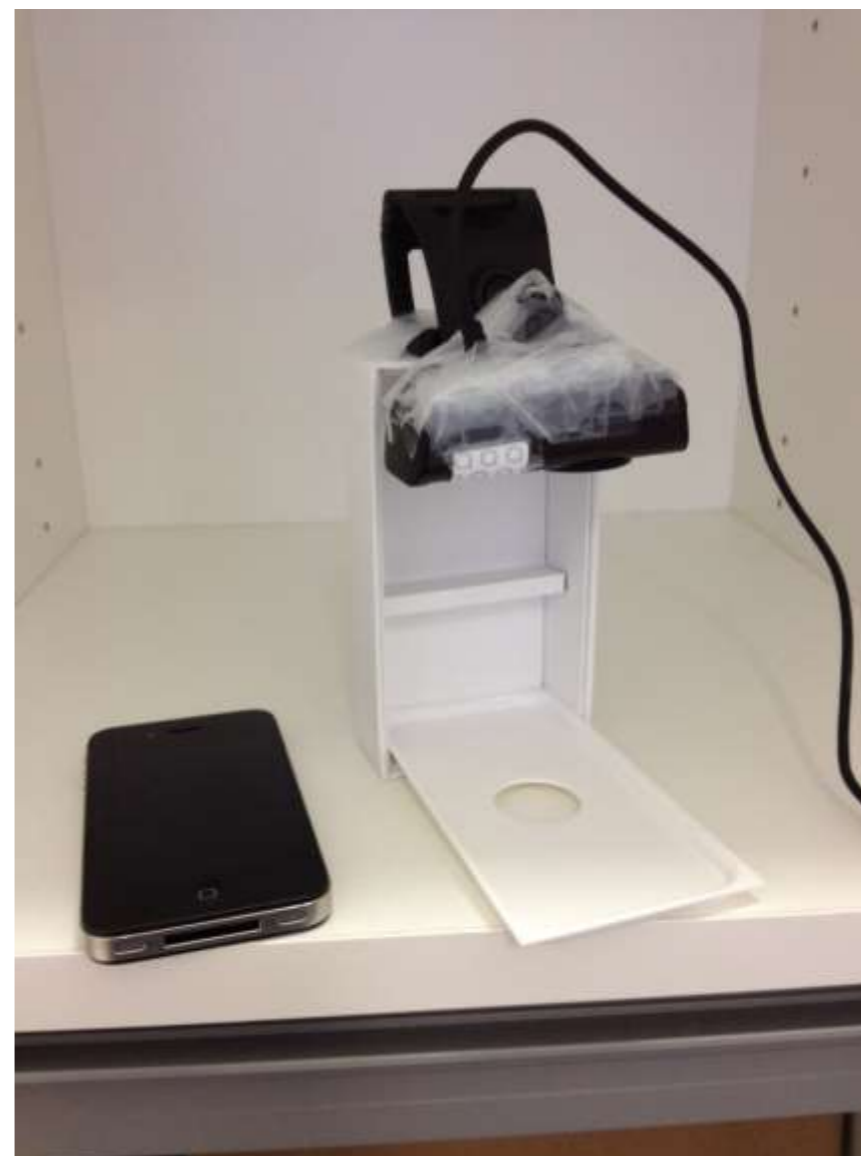


# Можно так...





# Или так...



Или вообще вот так...



# Пара примеров

1. Мобильное приложение
2. Веб-сайт

# Одно маааленькое приложение





= большая и интересная работа





# Конкуренты

A Dog Clicker

Bell

Press Here to Click

Single Click



# ЭМОЦИИ, МИМИКА, ЖЕСТЫ



The puppy pricks up its ears when hears a clicker.



# Терпение



The dog ignores most of the sounds.



One of the sounds (5) makes the dog slightly move its ears.



# Но не переусердствовать...



Some of the sounds are ignored.



The dog is frightened by the sound (4).

# Учитывать разные контексты



Indoors the dog shows interest in most of the sounds (1, 2, 5)



The dogs responds to the sound (5) even in the city.



# Какой результат

## **Dog Clicker:**

1. ЦА – не столько собаководы...
2. Не нужны никакие навороты
3. Подтвердили гипотезу о кнопках
4. Самое главное – это звук (и дальше мы перешли к ЮТ звуков):
  - a) Отобрали наилучшие звуки
  - b) Нужны разные звуки

# Алгоритм АК + ЮТ

1. Конкуренты – список и доступ
2. Сценарии или задача
3. Респонденты
4. Проводим ЮТ
5. Табличка и анализ
6. Выводы, отчет и/или презентация

# Сайт

Бизнес по продаже и обслуживанию систем GPS мониторинга транспорта

## **Цели:**

- 1.Выявление ожиданий пользователя от сайта.
- 2.Выявление фрустрирующих факторов.
- 3.Определение сильных и слабых сторон сайтов конкурентов.

# Сайт

## 1. Конкуренты

1. [car.by](http://car.by)
2. [gurtam.by](http://gurtam.by)
3. [beltranssat.by](http://beltranssat.by)
4. [ruptela.by](http://ruptela.by)

# Сайт

## 2. Сценарии или задача:

1. Открыты сайты всех конкурентов.
2. Подразумевается, что он их сам нашел.
3. Теперь он выбирает, какое оборудование/сервис ему необходим, и клиентом какой фирмы он хочет стать.



## 3. Респонденты

1.4 потенциальных клиента, N «старых» клиентов

2. Информация по каждому:

- a) Имя, должность, возраст
- b) Компания
- c) Парк машин
- d) Прошлый опыт пользования
- e) Дополнительная информация

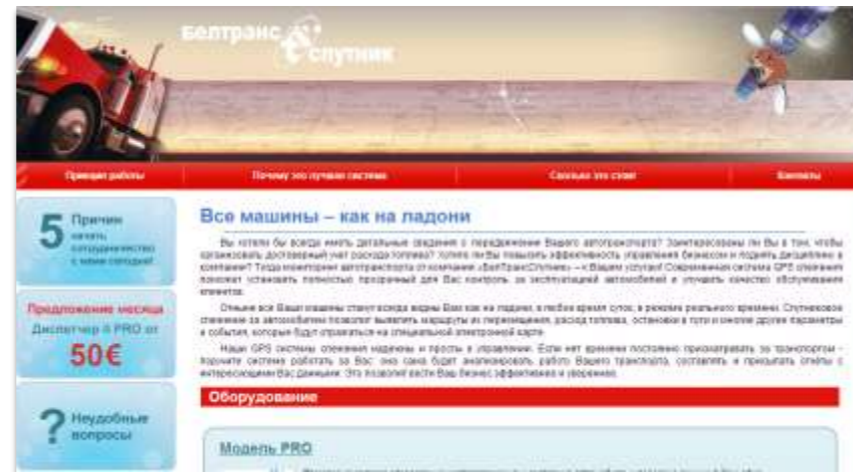
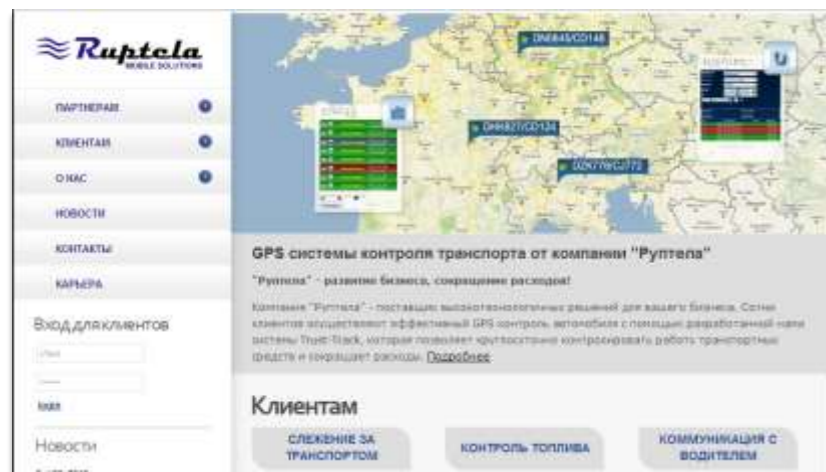
# Сайт

## 4. Проводим ЮТ

1. Знакомимся и вводим в контекст
2. Выдаем задание и наблюдаем
3. Фиксируем действия и «мысли вслух»
4. Задаем уточняющие вопросы
5. В конце опрашиваем (опционально)

# Сайт

## 4. Проводим ЮТ



Первое впечатление было неприятное, но я быстро нашел, что хотел, т.е. можно сказать, что сайт информативен...

...

С первого взгляда, сайт показался мне сделанным более профессионально, чем предыдущий, но здесь другая проблема...







# Сайт

## 5. Табличка и анализ

	У1	У2	У3	У4	У5	У6	У7	У8	У9	У10	У11	У12	У13	У14	У15
2. Ожидания															
Демо-версия	○	○				○		○						○	
Мобильная демо-версия	○														
Конкретно указанные цены на оборудование и обслуживание	○	○												○	
Сравнение конкурентов	○	○								○	○			○	

## 6. Выводы

1. «Мечты» с нулевой findability
2. «Погладили» нашего клиента
3. Новые гипотезы для бизнеса
4. Самое главное – можно обойтись «малой кровью»

*(их там, на самом деле, штук 10 было...)*

p.s. Это практически A/B тестирование (:

# Алгоритм АК + ЮТ

1. Конкуренты – список и доступ
2. Сценарии или задача
3. Респонденты
4. Проводим ЮТ:
  - а) Знакомство + контекст
  - б) Задания и наблюдаем
  - с) Фиксируем + «мысли вслух»
  - д) Уточняющие вопросы
  - е) Финальный опрос
5. Табличка и анализ
6. Выводы, отчет и/или презентация

# Почему это всё очень круто

1. Одним выстрелом – двух зайцев
2. Быстро, эффективно и недорого
3. Больше гипотез для проверки
4. Ещё и продажу можно сделать (:



# ЧТО ПОЧИТАТЬ, КУДА СХОДИТЬ

1. [Beyond the Usability Lab - Conducting Large-scale Online User Experience Studies](#)
2. [Usability Testing Essentials - Ready, Set ... Test](#)
3. [Handbook of Usability Testing - How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests, Second Edition](#)



# Что почитать, куда сходить

1. [5 провокативных утверждений о юзабилити тестировании от David Travis](#)
2. [Полезные советы на тему записи пользователей на видео](#)
3. [Как уменьшить влияние наблюдателя на пользователей при юзабилити-тестировании](#)



P.S.

**Ни один пользователь...**



...не пострадал  
при подготовке  
этого доклада.

*(да и  
приложения  
тоже)*

# У меня на сегодня всё...



Юрий Веденин

[y.vedenin@uxpresso.net](mailto:y.vedenin@uxpresso.net)

**UXPRESSO**  
интерфейсы со вкусом 

