

Догнать и перегнать:

*российский и западный опыт применения
качественных методов в UX Research*



**Собака
Павлова**





Зиновьев Алексей

UX Researcher



[alexey.zinovyev.39](https://www.facebook.com/alexey.zinovyev.39)



alex@pavlova.cc

Качественные методы и IT-продукты

В каких ситуациях можно и нужно применять?

Как применять?

Какие будут результаты?

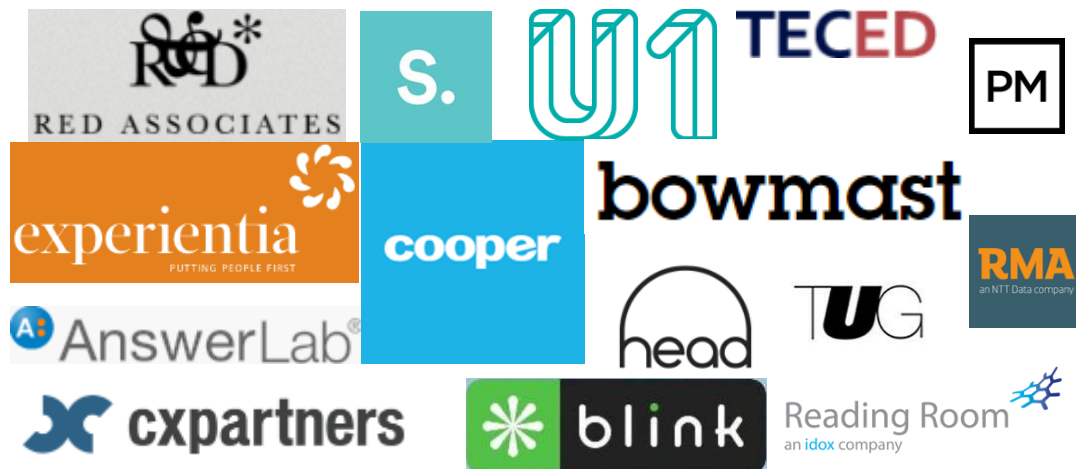
Как начать работать с качественными
методами?



А как делают у них?

15 компаний :

- не UX-отделы;
- услуги по разработке IT-продуктов;
- качественная методология;
- есть кей сы.



Кто сказал, что будет легко?

Проблемы с кей сами:

- только общая информация;
- нет описания методов сбора данных;
- непонятно, как работали с данными.



Что тут у нас есть?

Шесть жизненных ситуаций :

- 1) разработка для конкретной группы пользователей ;
- 2) общая платформа для нескольких групп пользователей ;
- 3) переход на мобильные устройства;
- 4) разработка профессионального интерфейса;
- 5) выход на новый локальный рынок;
- 6) разработка нового сервиса или продукта.



Разработка для конкретной группы

Побороть самоуверенность: вы не знаете своих пользователей . Иногда это сделать просто, а бывает — и нет.

Изучаем: привычки, потребности, страхи и проблемы.

Методы: интервью, наблюдение, совместные дизайн-сессии.



Кейсы: Disney и Ford

Spotless для Disney: разработка сайта для девочек 7–12 лет.

Методы: дневниковое исследование, фокус-группы, интервью и наблюдение.

ТесЕд для Ford: разработка сайта для покупателей машин.

Метод: интервью.



Разработка для нескольких групп

«И пусть никто не уйдет обиженный» ©.
Важно: четко определить группы
пользователей .

Изучаем: привычки, потребности, страхи и
проблемы для каждой группы.

Методы: интервью.



Кейс: City of Ann Arbor

TUG для Ann Arbor: разработка сайта для университетского городка.

Методы: интервью.



Переход на мобильные устройства

(Мобильные) жизненные ситуации и среда использования.

Изучаем: то же + акцент на среду использования.

Методы: интервью и этнография.



Кейсы: «Википедия»

Answer Lab для «Википедии»: разработка стратегии перехода на мобильные устройства.

Методы: этнография (интервью и наблюдение).



Профессиональные интерфейсы

Детальное изучение среды использования и организации рабочего дня.

Изучаем: то же + акцент на изучение рабочего дня.

Методы: интервью и наблюдение (Shadowing).



Кейс: Intel

Experientia для Intel: внедрение мобильных устройств во врачебную практику.

Методы: этнография.



Выход на локальный рынок

По следам антропологов: изучение культурных различий . Очень тяжелая задача!

Изучаем: то же + акцент на культурные особенности.

Методы: этнография.



Кейс: Vodafone

Experientia для Vodafone: разработка новых продуктов и услуг для развивающихся стран.

Методы: этнография.



Разработка нового сервиса или продукта

Собрать большой массив данных о повседневной жизни пользователей .

Изучаем: то же + все о жизни пользователей .

Методы: качественная методология.



Кейс: Bristol City Council

SXpartners для Bristol City Council: разработка новых цифровых сервисов для жителей города.

Методы: этнография.



Тем временем в России...

Непонимание ценности качественной методологии.

Отсутствие компетенций для работы с качественными методами.

Отсутствие опыта работы с качественными данными.



Выполнено профессионалами

Работа в условиях ограничений : риск потери качества данных. Проблемы:

- малое количество интервью;
- интервью не могут быть большими;
- обработка должна быть быстрой .

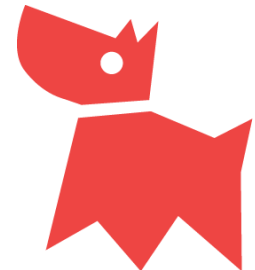


С чего начинать?

Начинаем с интервью. Наблюдение — дорогой, трудный и экзотический для России метод.

Ключевые моменты при работе:

- выборка;
- гайд;
- обработка интервью.



Целенаправленная выборка

(purposive sampling)

Субъективная выборка, основанная на экспертном знании (своем или клиента).

Построение выборки: роли, цели, отношение и поведение пользователей .



Составляя гайд, помни

С кем мы разговариваем?

У нас нет наблюдения.

Мы должны понять смысл действий .

Мы должны их зафиксировать в документах
(портреты, жизненные ситуации, ожидания).

Нам важно понять боль пользователя.



Несколько советов по интервью

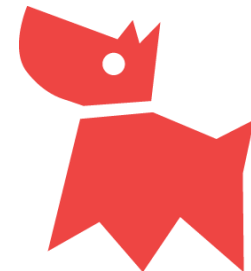
Это не допрос!

Нам нужно получить от пользователя историю:
поощряй те длинные нарративы.

Чаще задавай те вопрос «Почему?».

Не бывает глупых вопросов.

Выходите за рамки продукта.



Полезный текст интервью

Текст интервью как самостоятельный документ для понимания пользователей .

Иллюстративные цитаты.

Удобство для составления следующих документов.

Единая схема для удобного сравнения.



Выводы

Качественная методология позволяет получить ценные данные о пользователях для разработки IT-продуктов (западный опыт + @Павлова).

Работать с качественной методологией должны профессионалы, но в условиях ограниченных ресурсов можно попробовать самому 😊



Вопросы?



Спасибо!



PavlovaPage



sobaka@pavlova.cc



@sobakapav

+7 (812) 640-49-21

www.pavlova.cc