

Мастер-класс

# ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ



Проектировщик пользовательских интерфейсов  
Игорь Мыслинский

Ноябрь 2017

# ПЛАН МАСТЕР-КЛАССА

## Вводная лекция ( ~30 минут )

- Что происходит при заказе дизайна у типовой дизайн-студии
- Зачем нужно проектирование до дизайна и разработки
- Как лучше подготовиться к постановке ТЗ

## Интерактив

- Генерация сути приложения
- Поиск и опрос целевой аудитории
- Выявление желаемого функционала
- Создание сценариев использования
- Создание информационной архитектуры приложения
- Отрисовка концептов

## Проверка гипотезы

- Тестирование полученного концепта приложения на пользователях

Вводная лекция

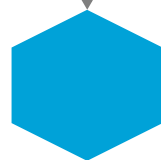
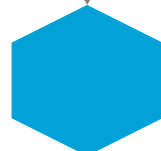
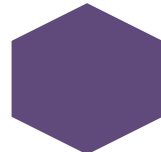
# **ТИПИЧНАЯ СИТУАЦИЯ ПРИ ЗАКАЗЕ ДИЗАЙН-ПРОЕКТА ОТ ИДЕИ ЗАКАЗЧИКА**

Типичная ситуация при заказе дизайн-проекта

## КАК ЭТО ВСЕ ПРЕДСТАВЛЯЮТ

Со стороны заказчика

Идея приложения  
в виде брифа



Со стороны дизайн-студии

Дизайн приложения  
(макеты в фотошопе/скетче)

Программирование  
приложения

Внедрение на рынок  
и поддержка

### Как это все представляют?

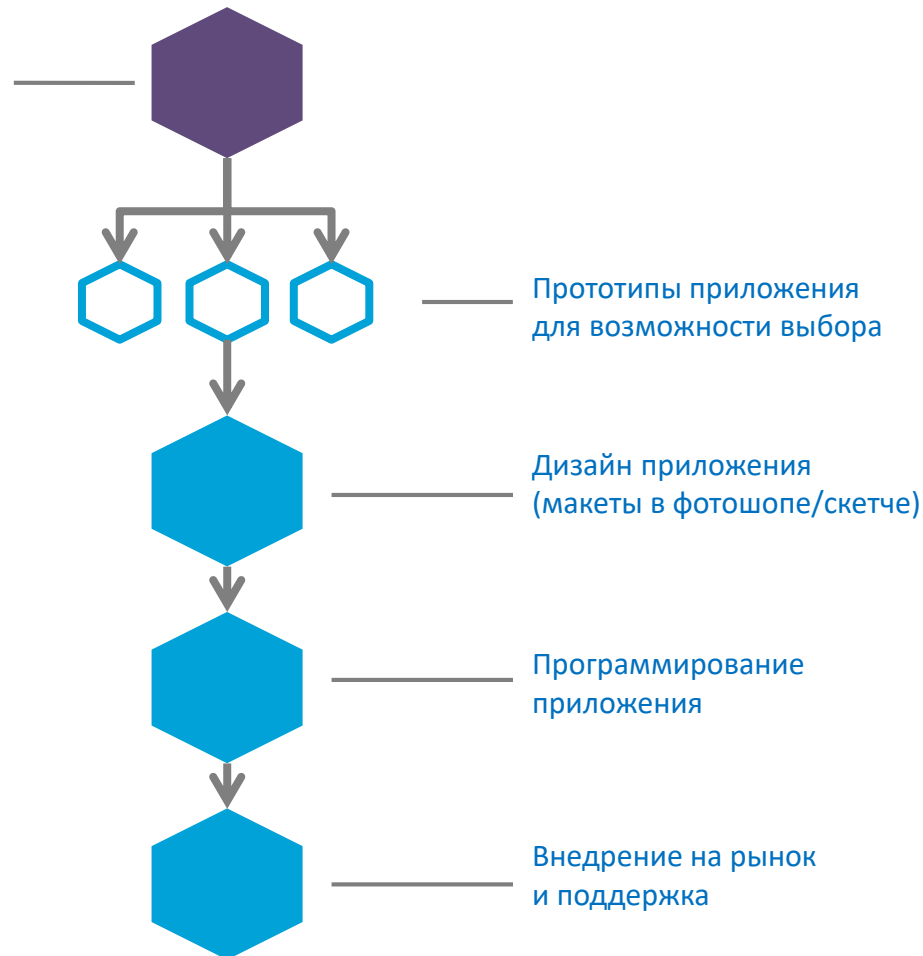
- Заказчик присылает описание нужного ему приложения
- Дизайнеры делают дизайн
- Разработчики по дизайну программируют
- Все это выходит на рынок

# ЧТО ОЖИДАЕТ ЗАКАЗЧИК

Со стороны заказчика

Идея приложения  
в виде брифа

Со стороны дизайн-студии

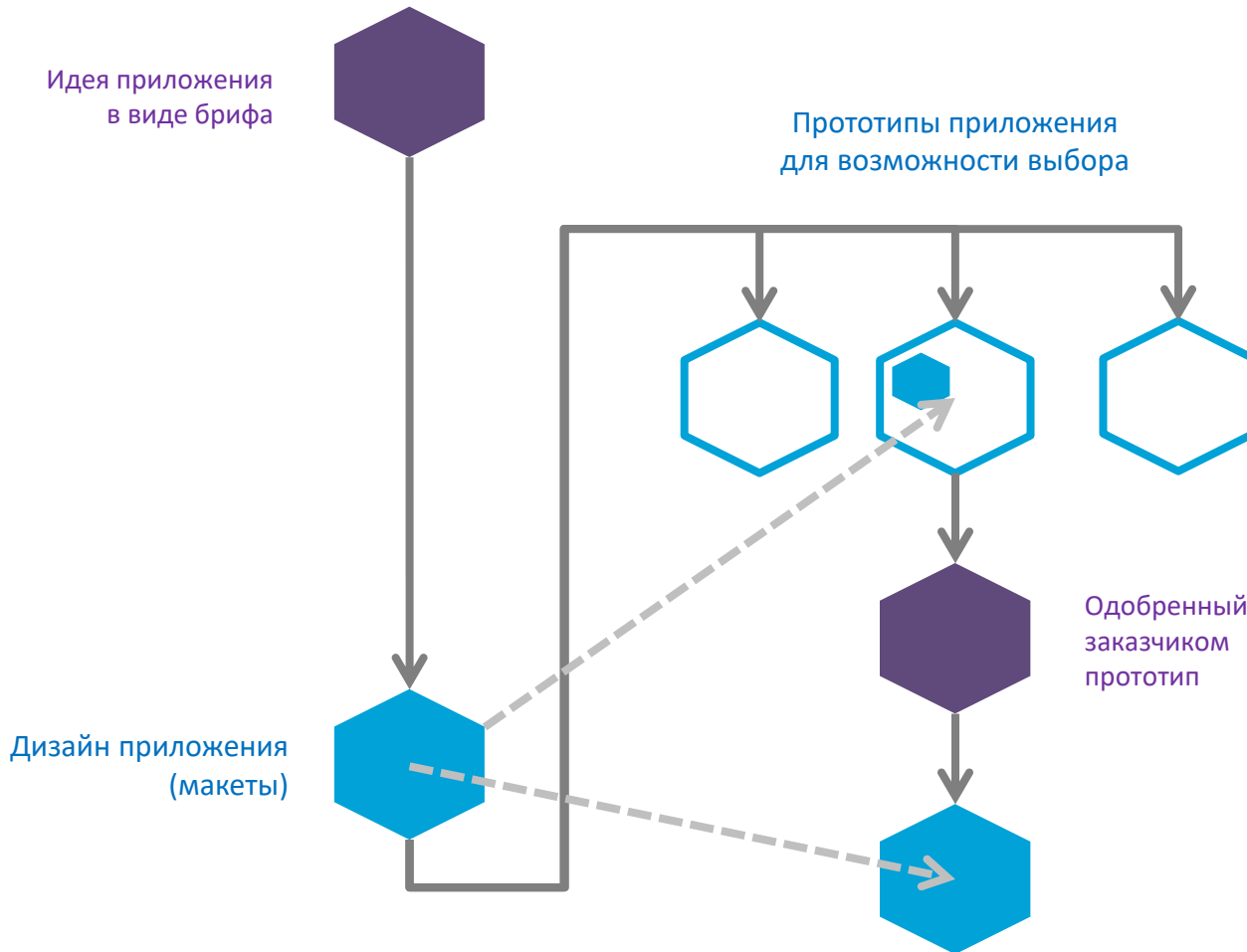


## Что хочет заказчик?

- Ожидание отсмотра нескольких концептов перед началом дизайна для возможности выбора фирменного стиля и понимания общей стилистики дизайна
- Понимания наличия альтернатив и плюсов и минусов каждого варианта

Типичная ситуация при заказе дизайн-проекта

# ПРОТОТИПЫ ДИЗАЙН-СТУДИИ



## Что получается?

- При чтении брифа появляется дизайн приложения (шрифты, стилистика, цветовое решение)
- Дизайн строится от возможностей студии и кругозора дизайнера
- При дизайне используются наработки найденные у конкурентов, часто почти полностью

## Прототипы мало отличаются по смыслу

- Выбор из прототипов строится на эстетических особенностях
- Альтернативные варианты часто делаются для того, чтобы был выбран нужный студии дизайн

## Почему это плохо

- Прототипы это «недоделанный дизайн» в глазах дизайнеров
- Аргументация в стиле «потому что другие делают так»
- ЦА – заказчик а не пользователь

Цитаты великих заказчиков

**«МЫ ХОТИМ ВИДЕТЬ СРАЗУ НЕ СКОЛЬКО  
ВАРИАНТОВ**

**В ФИНАЛЬНОМ ИСПОЛНЕНИИ, ЧТОБЫ ВЫБРАТЬ  
ОДИН И ВНЕСТИ ПРАВКИ»**

**«ЗАЧЕМ ВЫ НАМ ПОКАЗЫВАЕТЕ КАКИЕ-ТО СЕРЫЕ  
КВАДРАТИКИ, МЫ ХОТИМ ЧТОБЫ ОНО  
РАБОТАЛО»**

**«НЕ УЖЕЛИ СЛОЖНО ИЗ ИНТЕРНЕТА СКАЧАТЬ  
ГОТОВОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ?»**

## Цитаты великих дизайнеров

**«УХ ДИЗАЙНЕРЫ НЕ ДЕЛАЮТ ПРОТОТИПЫ.  
ТОЧНЕЕ ОНИ ДЕЛАЮТ ИХ, НО ТОЛЬКО ЗА 15%  
СВЕРХУ.**

**ЧАЩЕ ВСЕГО ПРОТОТИП МНЕ РИСУЕТ САМ  
КЛИЕНТ. РИСУЕМ СЕРЫЕ КВАДРАТИКИ,  
МЫ РИСУЕМ СРАЗУ В ФИРМЕННОМ СТИЛЕ»**

**«ЗАЧЕМ ПРОЕКТИРОВАТЬ, ВСЕ УЖЕ ПРИДУМАНО  
ДО НАС, НАДО ПРОСТО ПОСМОТРЕТЬ У  
КОНКУРЕНТОВ»**



## ИТОГО

### **Сильные стороны дизайн-студии**

Конкурентный анализ

— Отсматривают продукты в этой области перед дизайном

Присутствует эстетическая экспертиза:

— Композиция

— Подбор цветов

— Типографика

Дизайн рождается в голове уже при прочтении ТЗ

## ИТОГО

### **Слабые стороны дизайн-студии**

- Часто пользуются готовыми решениями и библиотеками (шаблонные наборы экранов и элементов на экранах)
- Консультируются с другими дизайнерами, а не с пользователями (зависимы от авторитетного мнения)
- Создание прототипов и вариантов для выбора заказчиком студии считают тратой времени
- Для смены предложенной концепции необходимо приложить очень много усилий, так как дизайнер уже свыкся с макетом

## ИТОГО

### В ыводы

- Дизайн-студии хотят четкое ТЗ с описанием всех непонятных им моментов и гарантией того, что спорные решения заказчика верны
- Рискуют за счет заказчика (при неудаче обвинят в плохо подготовленном ТЗ)
- Прототип – это выраженный в концепте функционал и способ работы приложения по замыслу заказчика
- Дизайн-студия - хороший выбор при создании типовых проектов, но при создании чего-то нового нужно что-то качественно лучшее

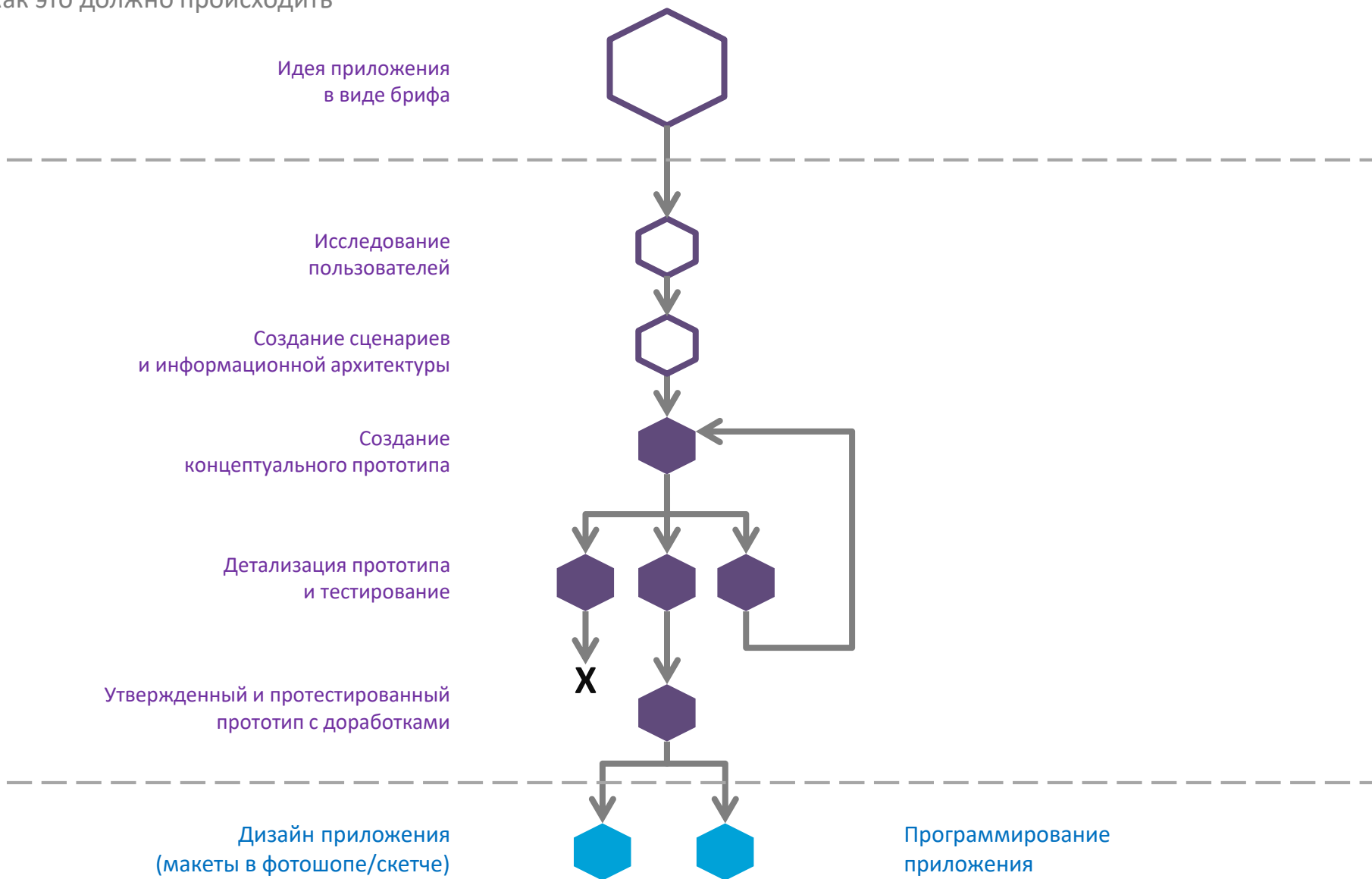
**ЧТО ДЕЛАТЬ В ТАКОМ СЛУЧАЕ ?**

ЧТО ДЕЛАТЬ В ТАКОМ СЛУЧАЕ?

**ПРОЕКТИРОВАТЬ САМИМ**

Быстро и дешево

# Как это должно происходить



# ИНТЕРАКТИВ

## Часть 1. Генерация приложения

- Генерация сути приложения

## Часть 2. Проектирование

- Поиск и опрос целевой аудитории
- Выявление желаемого функционала
- Создание сценариев использования
- Создание информационной архитектуры приложения
- Отрисовка концептов

## Часть 3. ТЗ для дизайнеров

- Документы
- Аргументация

Конец первой части:

**Голосование за более массовый сервис**

Конец второй части:

**Проверка концепта на пользователях**

# БРЕЙНШТОРМ

## Генерация приложения, рецепт.

1. Поделить участников на несколько команд.
2. Написать 20 случайных существительных на листе.
3. Дать каждой команде выбрать случайным способом 2 слова из списка.
4. Взболтать, но не смешивать.



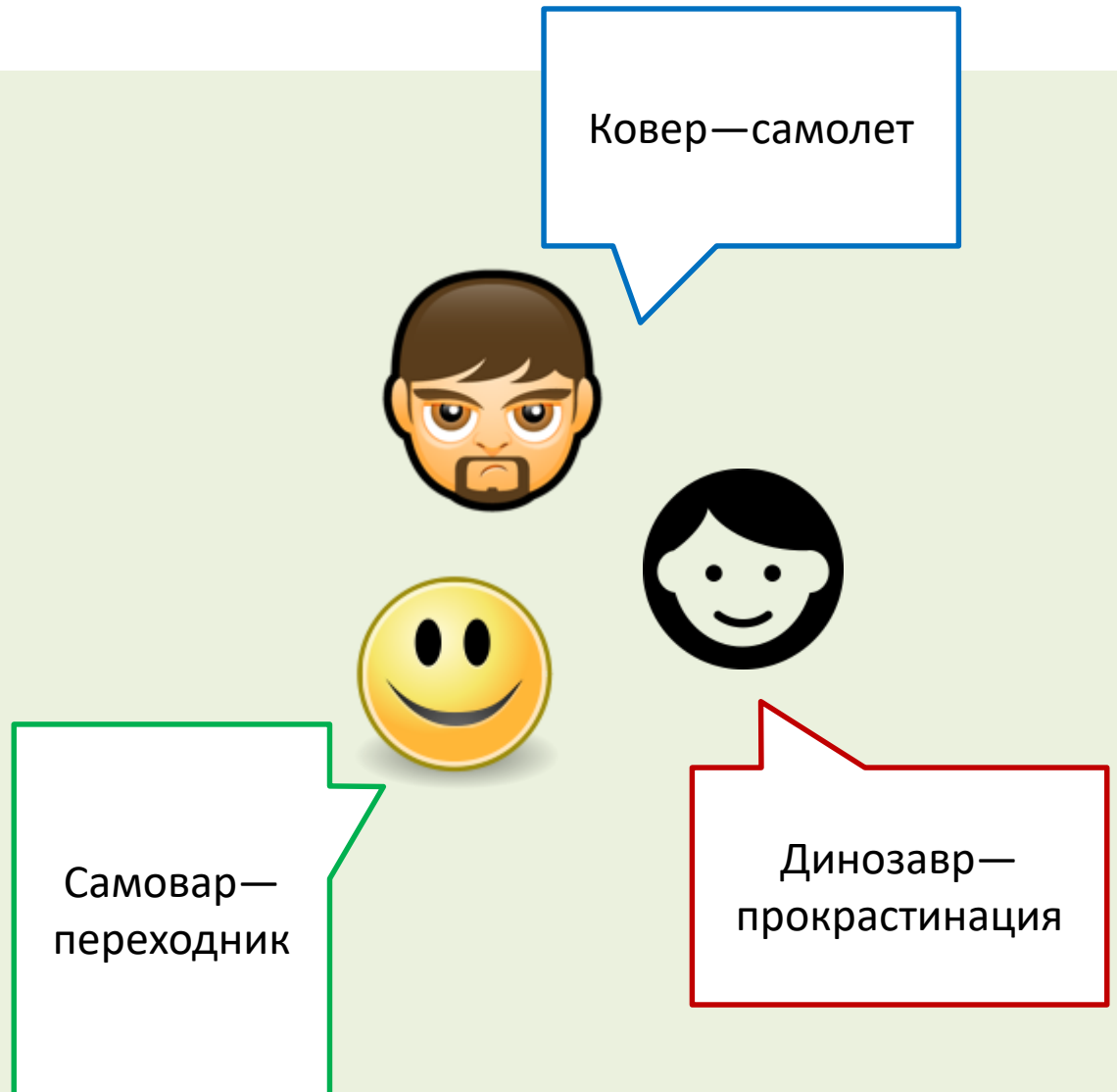


## ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИДЕИ

### Презентация

От группы выходит один человек и кратко презентует идею мобильного приложения в течение 5 минут.

Можно использовать другое название, отличающееся от полученных слов, но чтобы по смыслу было то же самое.



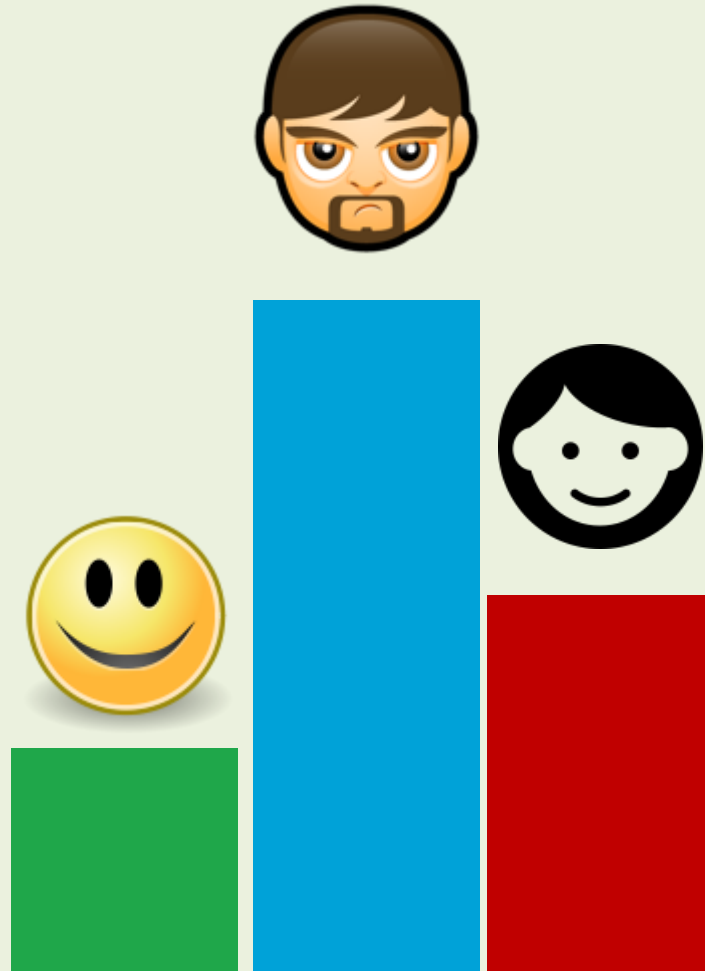
## ГОЛОСОВАНИЕ ЗА ЛУЧШУЮ ИДЕЮ

### Голосование

После презентации всех идей происходит голосование

Правила голосования:

1. Голосование происходит последовательно за каждую
2. Поднимают руки те, кто поставил бы себе приложение
3. Голосовать можно каждому участнику за каждое приложение
4. Победитель выявляется большим числом установок приложения



## ИНТЕРВЬЮ С БИЗНЕСОМ

### **Цели и задачи**

Например:

— продавать товары с помощью каталога

### **Показатели успеха**

Например:

— количество проданных товаров

### **Выясняем целевую аудиторию приложения**

1. Выстраиваем персону

2. Находим подходящего представителя для опроса

## ОПРОС ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

### **Выясняем потребности**

Задаем вопросы:

- Какие проблемы
- К чему стремится
- Жизненные ситуации

### **Узнаем цели**

- Что нужно чтобы решить проблему
- Узнаем как решали проблему без программы

### **Контекст задачи**

Спрашиваем как выглядит день пользователя

## НАПИСАНИЕ СЦЕНАРИЕВ

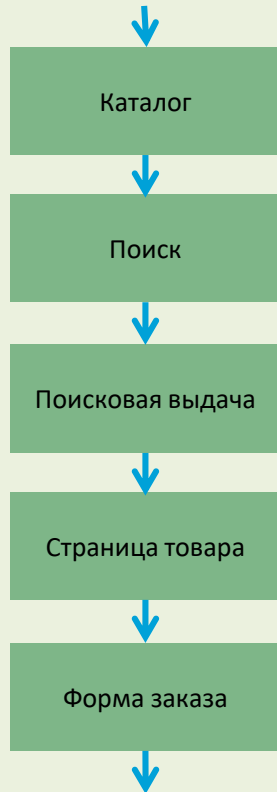
### Правила

1. Для каждой задачи один сценарий
2. Каждый сценарий начинается с запуска приложения и заканчивается достижением цели задачи
3. Сценарий состоит из уникальных и независимых действий

### Пример сценария

1. Запустил приложение
2. Ввел запрос поиска
3. Выбрал интересующее в поисковой выдаче
4. Просмотрел характеристики
5. Прочитал отзывы
6. Заказал
7. Получил уведомление о времени доставки

# СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ АРХИТЕКТУРЫ

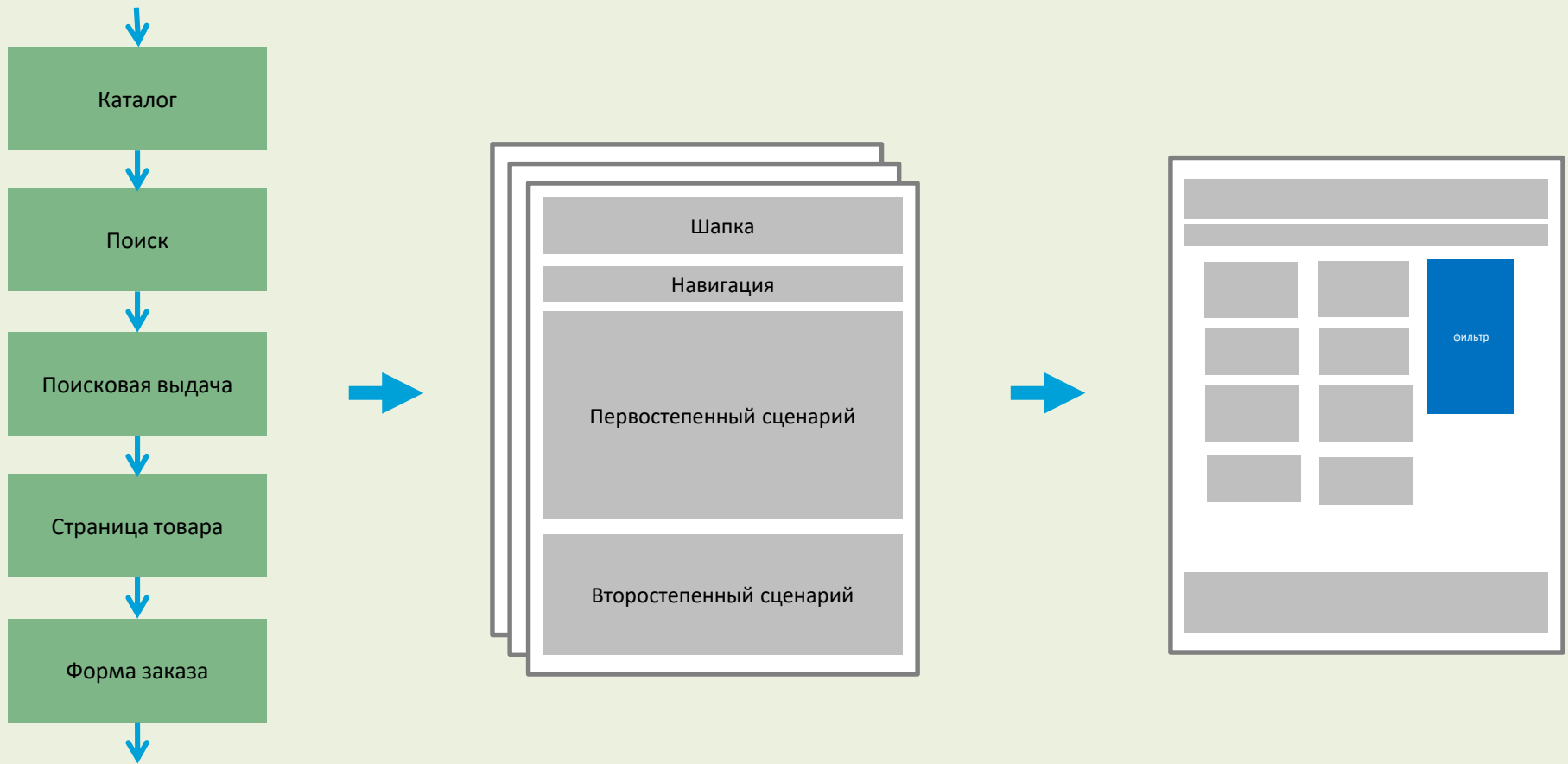


Единый сценарий

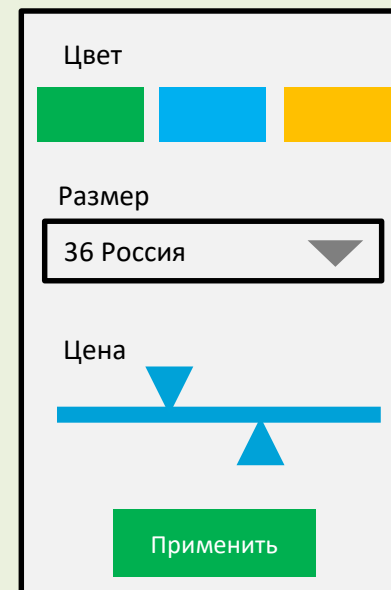
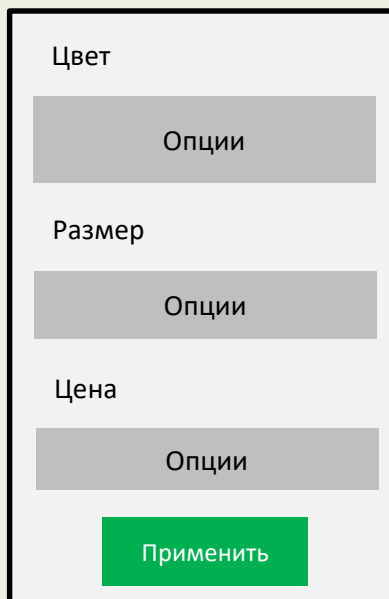
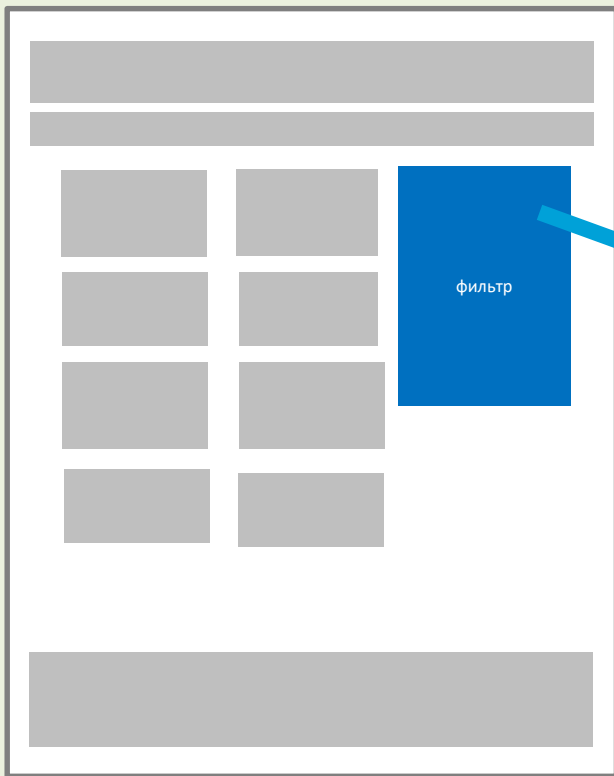


Объединение сценариев  
и выделение магистрального

# КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПРОТОТИП

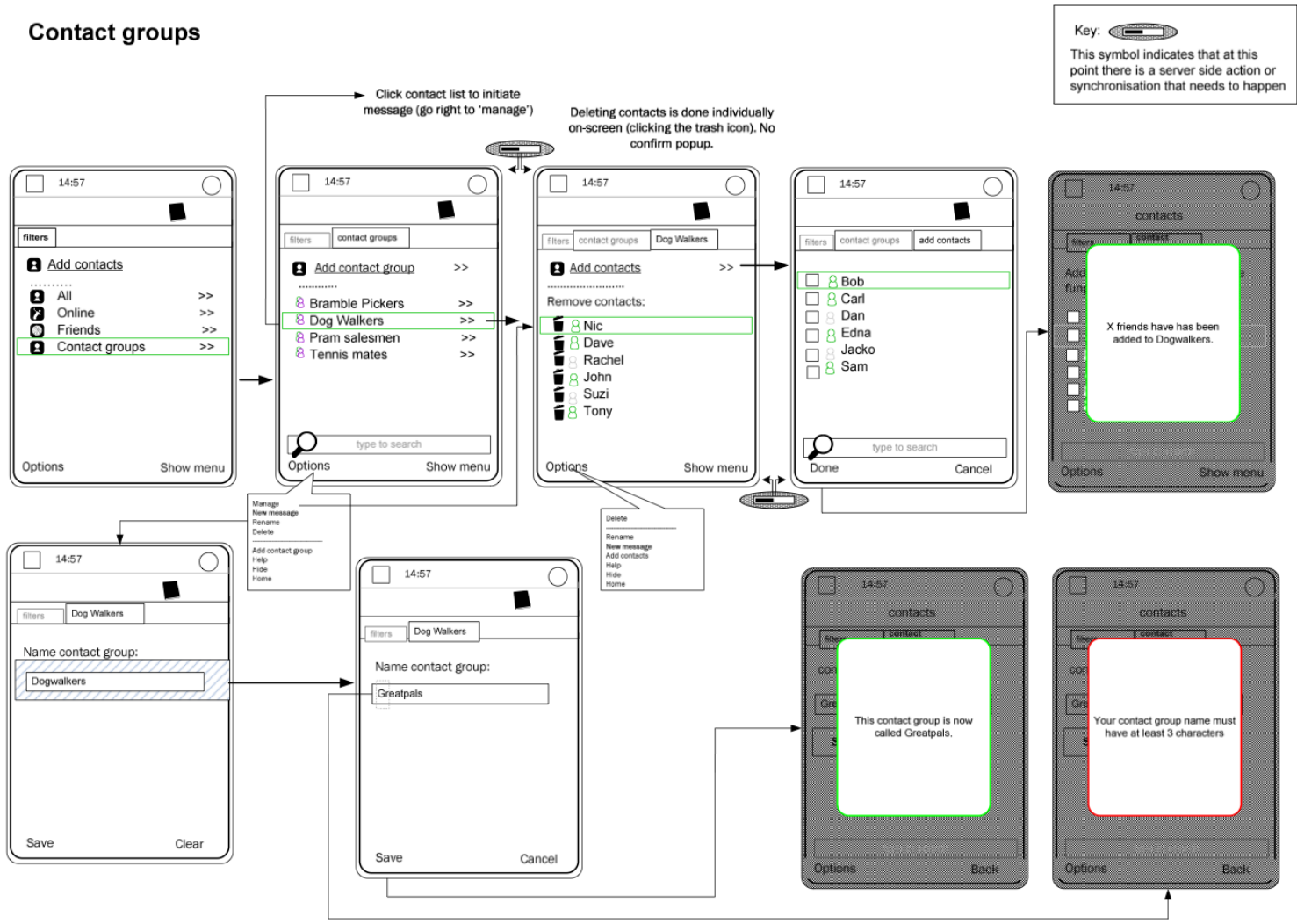


# ДЕТАЛИЗИРУЕМ





# ДОБАВЛЯЕМ ПЕРЕХОДЫ С ЭКРАНА НА ЭКРАН



## ТЕСТИРОВАНИЕ

**Формируем по  
каждому сценарию  
цель  
для респондента  
и просим достичь ее**

Например, если у нас есть сценарий покупки обуви,  
то цель будет звучать так:

«Купите пару осенних женских сапог 34 размера из  
кожи с молнией от фирмы «...», ... »

**Наблюдаем  
за респондентом  
в процессе**

Обращаем внимание на:

- Успешно ли выполнил сценарий
- Что смущало при выполнении
- Как он ожидал это будет работать

# ТЗ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

## Документы

- Сценарии и задачи пользователей
- Концептуальный и детализированный прототипы
- Результаты тестирования

## Зачем

Показывает необходимый функционал приложения и распределение его по экранам

# ТЗ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

## Аргументация

- Необходимый функционал
- Пути пользователей
- Реакция пользователей на неудачные прототипы

## Зачем

Позволяет понимать:

- набор функционала
- процессы при работе с приложением
- отношение пользователей к функционалу

# ТЗ ДЛЯ ДИЗАЙНЕРОВ

## Примечание

Цветовое и стилистическое решение, разработанное дизайн-студией тоже надо протестировать на целевой аудитории

Ура, оно закончилось!

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**



Проектировщик пользовательских интерфейсов  
Игорь Мыслинский

Ноябрь 2017