



Бизнес-курс «Основы бизнес-анализа»

ОСНОВЫ СИСТЕМНОГО БИЗНЕС-АНАЛИЗА

Елена Дмитриева

Ретроспектива

- Обратная связь по предыдущему занятию
- Сложности с ДЗ
- Непонятки и вопросы, требующие дополнительного прояснения
- Делимся опытом

+	-	$\Delta+$

Что нам
осталось
выяснить до
конца курса?

- Пользовательские интерфейсы
- Управление требованиями
- Нотации

UI/UX

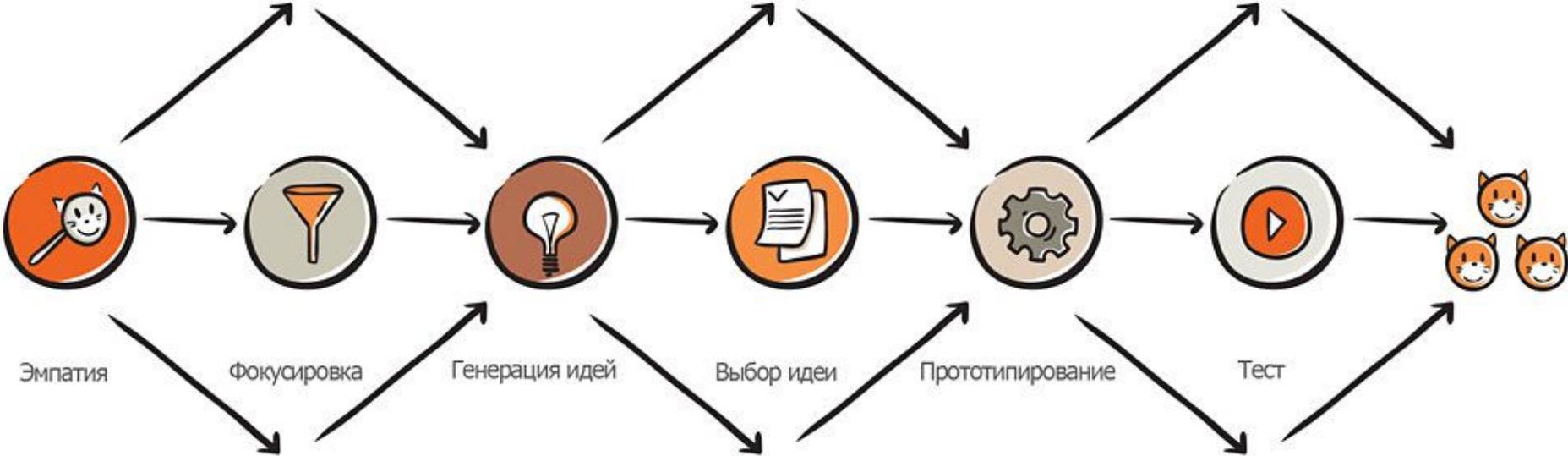


Дизайн-мышление

это такая методология решения проблем в условиях неопределенности и работы с нестандартными задачами. Ценность методологии заключается в том, что она заточена на работу с "неявным знанием" потребителя, который не в состоянии осознать и вербализировать свои проблемы и потребности, а также помогает находить инновационные решения. Это тот случай, который описывал Генри Форд в своем знаменитом высказывании: "Если бы я спросил людей, чего они хотят, они бы попросили более быструю лошадь".

Дизайн-мышление — это способ решения задач, ориентированных в первую очередь на интересы пользователя. Формула «польза для человека + возможности технологий + учет интересов бизнеса» дает в результате устойчивый продукт.

Дизайн-мышление



Карта стейкхолдеров



КАК ДЕЛАТЬ?

- 01** Составьте список стейкхолдеров. Подумайте, кто так или иначе соприкасается с использованием или обслуживанием вашего продукта или услуги. Запишите всех: от уборщицы до ключевых пользователей.
- 02** Перенесите шаблон «Карта стейкхолдеров» на стену или флипчарт.
- 03** Распределите стейкхолдеров по карте. В центре напишите название продукта. В ближнем круге отразите тех, кто оказывает прямое воздействие на продукт. В дальнем круге — кто влияет косвенно.
- 04** Дополняйте карту стейкхолдеров по ходу исследований.

Глубинное интервью (App для туристов)

Этапы интервью

Ключевые вопросы

Знакомство и разогрев

Представление участников команды, целей интервью, условий конфиденциальности и временных затрат.

- Здравствуйте, меня зовут Анна, я провожу исследование опыта гостей столицы.
- У вас найдется 5-10 минут для разговора?
- Расскажите, пожалуйста, какая цель вашей поездки: отдых или работа?

Фокусировка и погружение

Приближение к теме исследований, углубление в контекст и погружение в мир пользователя.

- Где вы остановились? Почему выбрали именно это место?
- Как вы планировали свою поездку? Как искали интересные события и места для посещения?
- Как вы справляетесь с навигацией по городу?
- Есть ли у вас какие-то сервисы или приложения, которые вам помогают в вашем путешествии?

Истории из жизни

Самая глубокая точка интервью! Здесь пользователь делится своим прошлым опытом.

- С какими сложностями вы сталкиваетесь во время путешествия?
- Что больше всего испортило ваше впечатление от поездки?
- Расскажите историю, как вы справились с решением проблемы?
- Что лично вам помогло бы лучше решать подобные ситуации?

Завершение и расслабление

Завершение разговора на позитивной ноте и выход из интервью.

- Спасибо за интересную беседу! Очень приятно было с вами познакомиться!
- Есть ли у вас какие-то вопросы? Я с удовольствием на них отвечу.
- Хороших вам впечатлений, до свидания!

Наблюдение и этнография

Что нравится <i>Наблюдайте за персональными предпочтениями</i>	Что не нравится <i>Наблюдайте за конкретными проблемами</i>	Привычки <i>Наблюдайте за установленными шаблонами поведения</i>
Доброжелательность. Даже если люди не понимают, стараются помочь, объясняются жестами.	Языковой барьер. Сложно объясняться с кассиром при покупке билета.	Видят значок бесплатного WiFi, подключаются. Не понимают, почему ничего не работает (нужен русский номер).
Действия <i>Наблюдайте, как человек действует в определенной ситуации</i>	Объекты <i>Наблюдайте, как человек пользуется различными предметами</i>	Пространство <i>Наблюдайте за воздействием окружающей среды</i>
Не понимают надписи на русском, пытаются переводить с помощью телефона. Интернета нет, освещения не хватает для распознавания текста на фотографиях. Опять спрашивают у прохожих.	Заинтересовал билетный автомат, есть меню на английском. Покупают билеты там.	Смотрят и пытаются ориентироваться по указателям и цвету линий в метро.

Место: метро Москвы

Кто: семейная пара из Испании

Цель наблюдения: поиск ключевых проблем в навигации по городу на метро для иностранных туристов.

Ключевые находки

1. Языковой барьер — основная проблема.
2. Иностранцы готовы пользоваться телефонами для решения своих задач, но нужно приложение работающее оффлайн.
3. Иностранцы испытывают сложности в навигации по метро, нуждаются в советах.

Формулировка точки зрения (POV)



Плохой пример

Как мы можем

Что сделать? Для кого?

Потребность, выраженная глаголом

?

Каким образом / Потому что

Слишком общая формулировка. Нет фокуса, не понятно в чем на самом деле проблема.



Хороший пример

Как мы можем

Что сделать? Для кого?

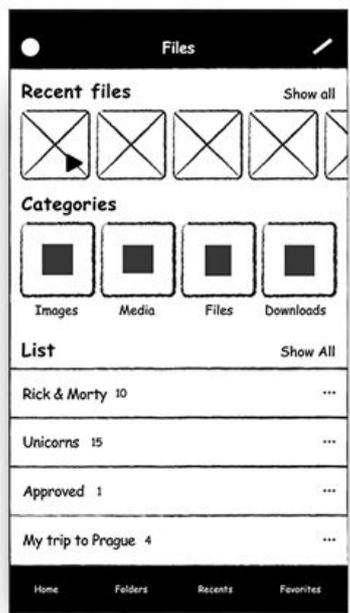
Потребность, выраженная глаголом

?

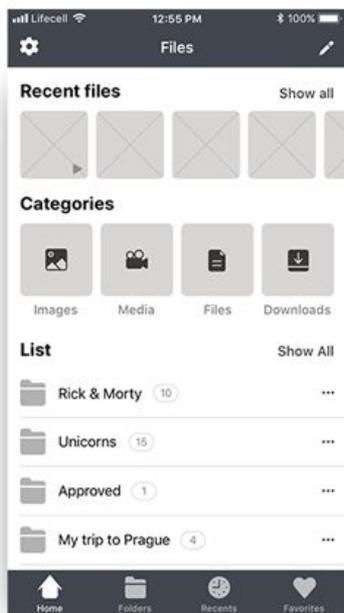
Каким образом / Потому что

Понятна проблема, фокус на инсайте «Паша хочет освободить маму от лишних забот с оператором?»

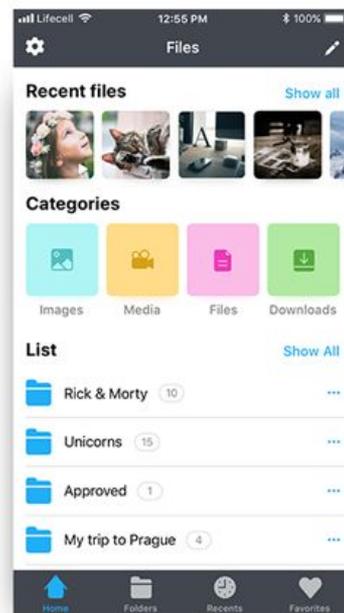
Прототипирование



Wireframe



Low-fidelity
prototype



High-fidelity
prototype

Для чего нужно прототипирование

- Выявление и написание требований к функционалу, интерфейсу, веб-сайту.
- Управление ожиданиями заказчика.
- Иллюстрирование user stories или use cases для того, чтобы они стали более понятными (в том числе и для самого аналитика).
- Создание собственно дизайна, когда в команде нет дизайнера (редко).
- Утверждение основных блоков и расположения с заказчиком.
- Передача требований дизайнеру.
- Тестирование расположения блоков, кнопок, валидация идей.

Визуальное представление, понимание, оценка и изучение идей лежат в основе методологии Design thinking.

Факты

- На разработку прототипа и 16-страничного дополнительного документа требуется меньше времени и сил, чем на написание 200-страничного техзадания.
- Точность оценки стоимости проекта и его продолжительности повысилась на 50%.
- Количество уточняющих запросов от команды разработчиков сократилось на 80%.
- Количество переделок и исправлений ошибок после выпуска продукта уменьшилось до 25% от уровня предыдущих проектов.
- Вся команда согласилась, что прототипирование проще, чем традиционная модель.

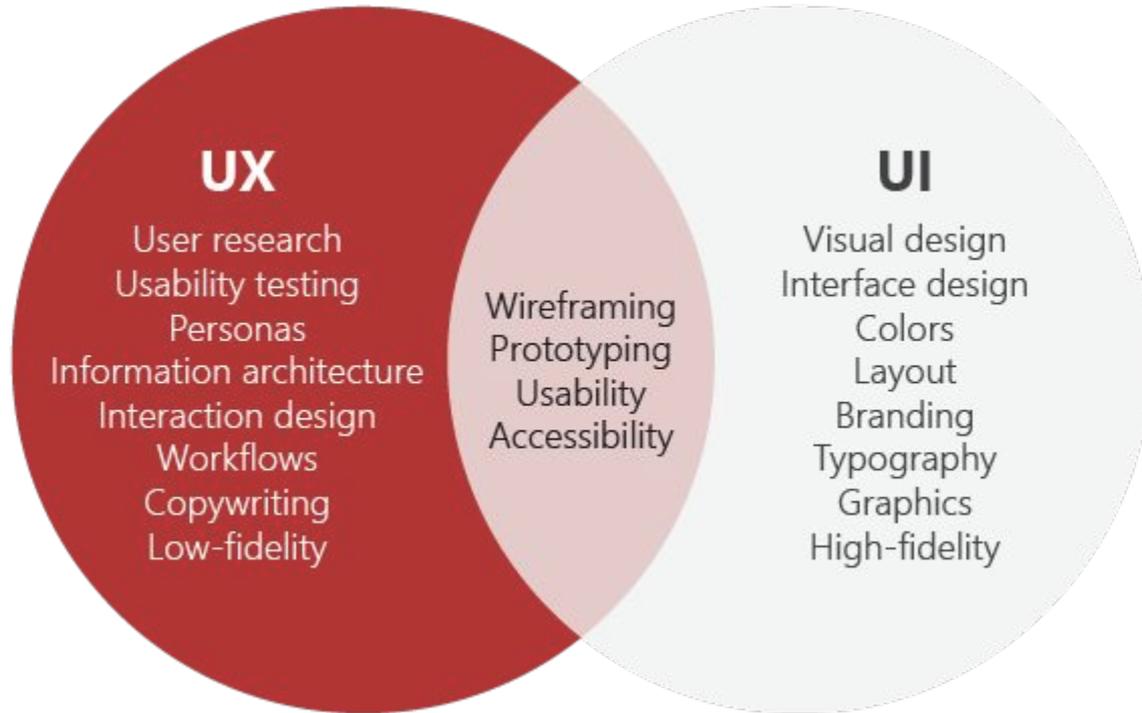
Раскадровка (Storyboarding)

покадровое представление сценария использования, в каждом кадре которого имеется описание действий, приводящих к появлению следующего кадра. Кадры – это фактически отдельные экземпляры эскизов внутри раскадровки, каждый из которых конкретизирует возможность пользователя в соответствующей ситуации.

Раскадровка (Storyboarding)



UX и UI - в чем разница?



Буквально

UX — это User Experience (дословно: «опыт пользователя»). То есть, это то, какой опыт/впечатление получает пользователь от работы с вашим интерфейсом. Удастся ли ему достичь цели и насколько просто или сложно это сделать.

А **UI** — это User Interface (дословно «пользовательский интерфейс») — то, как выглядит интерфейс и то, какие физические характеристики приобретает. Определяет, какого цвета будет ваше «изделие», удобно ли будет человеку попадать пальцем в кнопки, читабельным ли будет текст и тому подобное...

UX/UI дизайн — это проектирование любых пользовательских интерфейсов. в которых удобство использования так же важно, как и внешний вид.

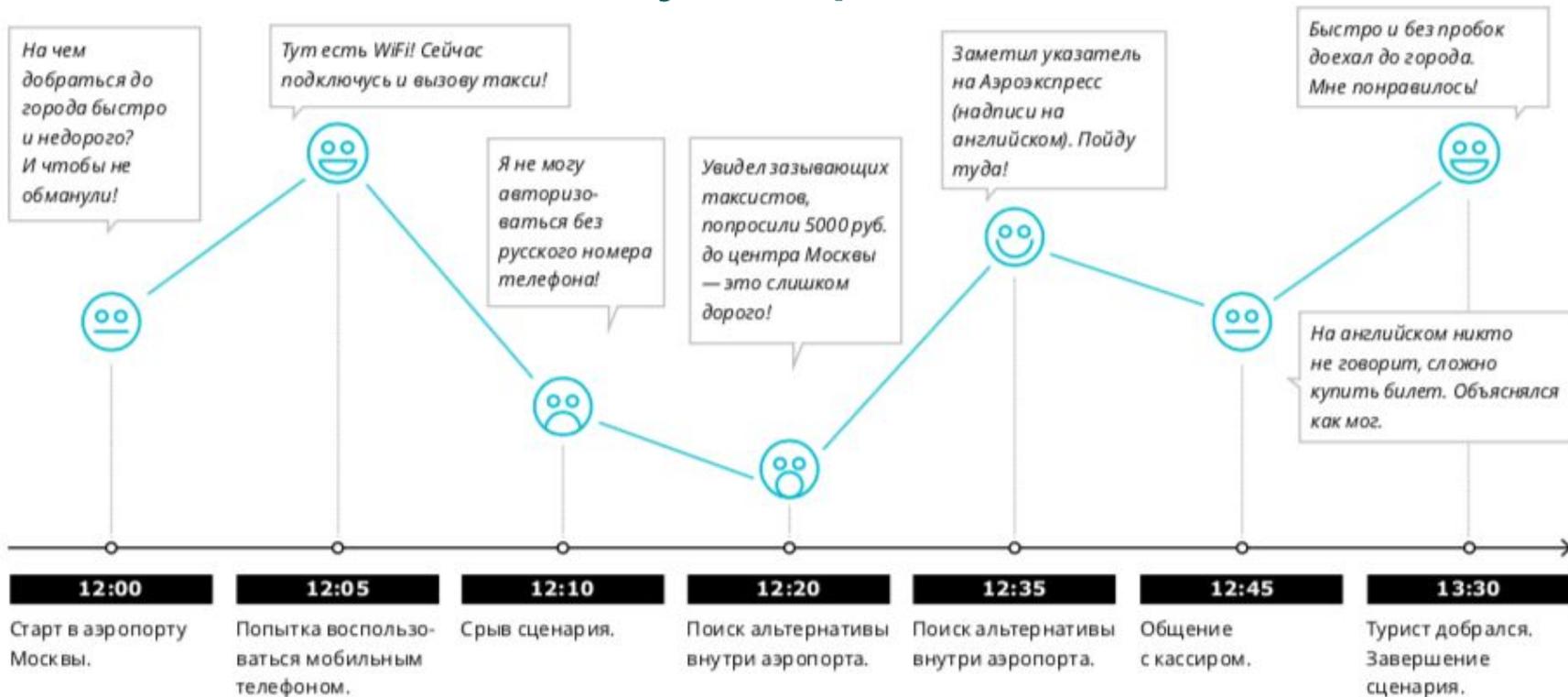
Составляющие UX

1. Описание пользователя (демографические и психографические данные). Как правило, в него входит информация о возрасте, поле, роде деятельности, целях, мотивирующих и фрустрирующих факторах.
2. Описание среды (контекст использования: где и когда происходит взаимодействие).
3. Описание задач (какие задачи выполняет пользователь, как часто и т.п.).

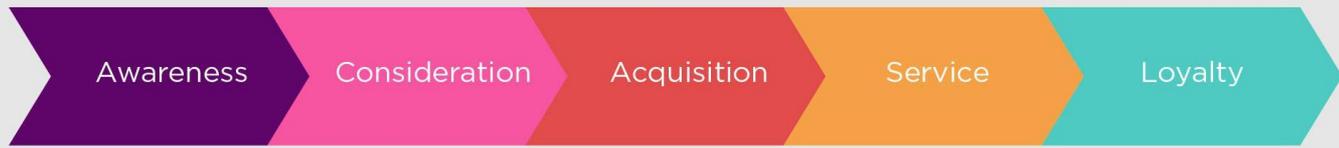
Customer Journey Map

это карта, на которой изображен весь путь пользователя от самого первого касания с вашей компанией/продуктом (рекламы, поиска в интернете и др.) до покупки (и последующих покупок). Он включает в себя все каналы, через которые может проходить пользователь: реклама в соц. сетях, лендинги, email-рассылка, звонок оператора, повторная покупка и многое другое.

Customer Journey Map



STAGES



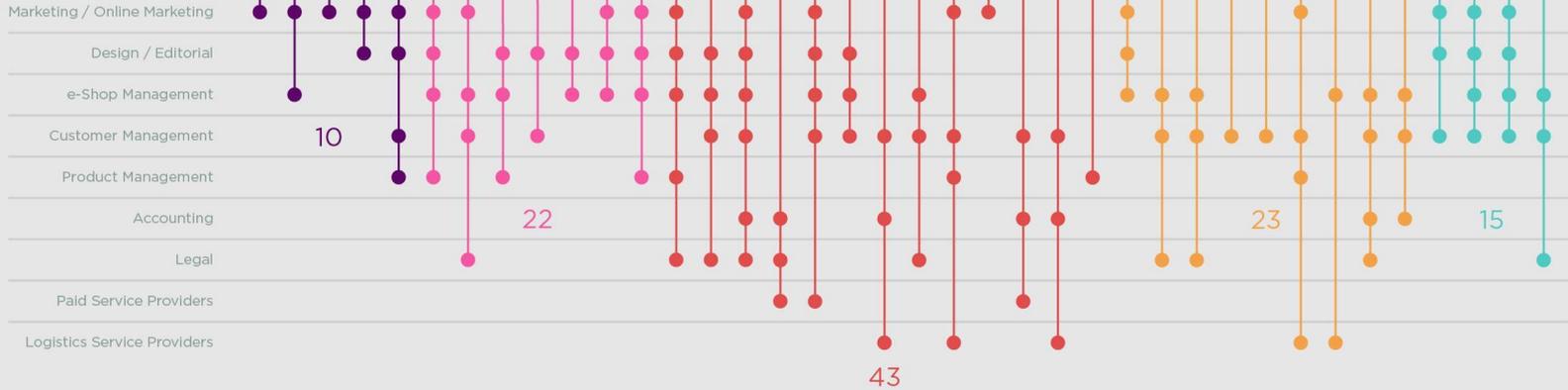
STEPS



TOUCHPOINTS



DEPARTMENTS



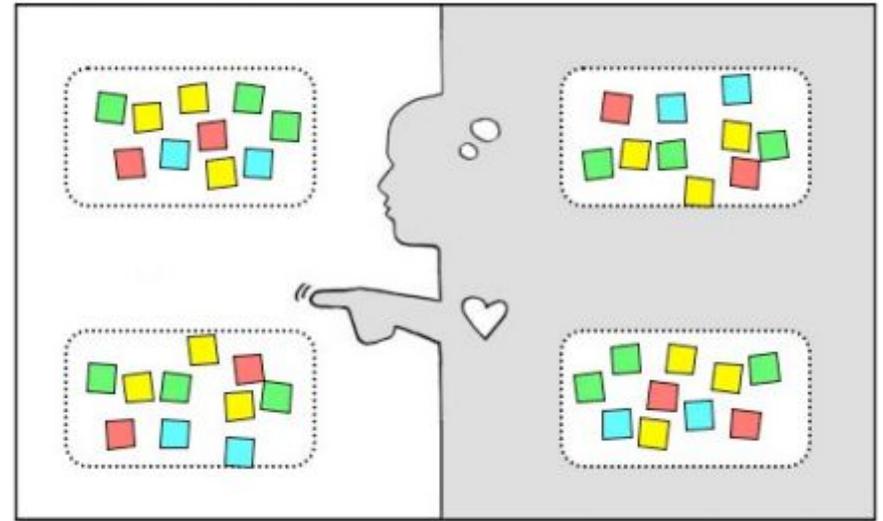
Empathy Map

SAY: Что говорит ваш юзер, какие слова и цитаты использует?

DO: Какие действия и жесты вы заметили?

THINK: О чем может думать ваш пользователь? Что это говорит вам о его убеждениях?

FEEL: Какие эмоции ваш объект может переживать?

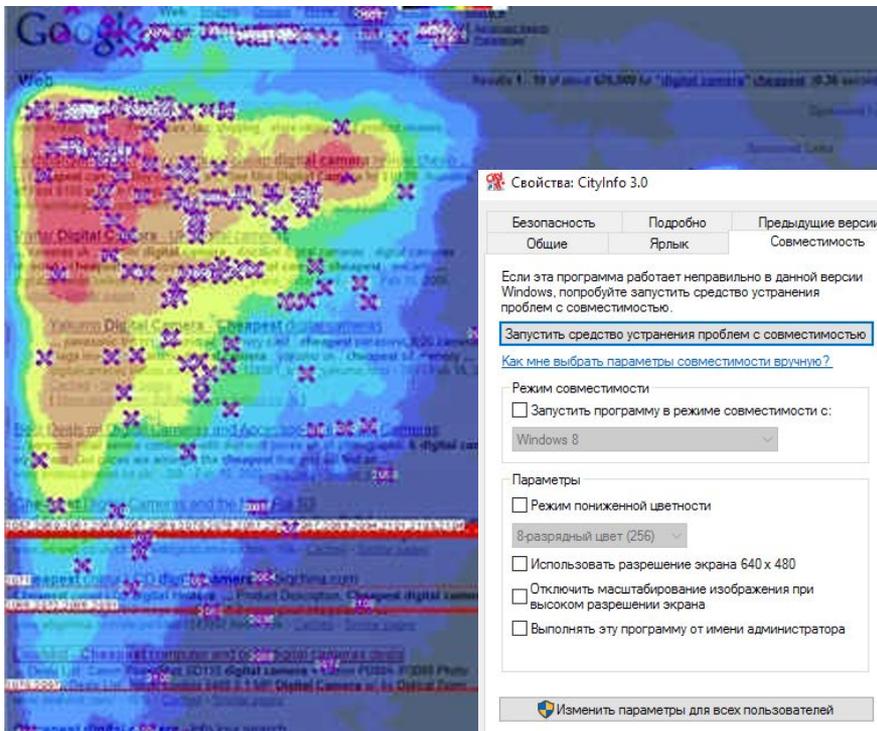


I like / I wish / What if

БА полагаются на личное общение и особенно, - обратную связь во время проектных работ. Вы запрашиваете отзывы пользователей о концепциях решений, вы ищете отзывы от коллег о том, что вы разрабатываете. Вне проекта каждый участник должен сообщить, как работает команда. Обратная связь лучше всего предоставляется с помощью I-утверждений. Например, «я иногда чувствую, что ты меня не слушаешь », а не «Ты не слушаешь ни слова, которые я говорю».

В частности, методика IL / IW / WI является простым инструментом поощрения открытой обратной связи

F-паттерн и Z-паттерн (диаграмма Гуттенберга)



facebook

Email or Phone Password Log In

Keep me logged in Forgot your password?

Sign Up

It's free and always will be.

First name Last name

Email or mobile number

Re-enter email or mobile number

New password

Birthday

Month Day Year Why do I need to provide my birthday?

Female Male

By clicking Sign Up, you agree to our Terms and that you have read our Data Policy, including our Cookie Use.

Sign Up

Create a Page for a celebrity, band or business.

EVERNOTE Get Started Discover Download Log In Sign up

Remember everything.

Capture, organize, and share notes from anywhere. Your best ideas are always with you and always in sync.

Sign Up for Free

Continue with Google

or

Email

Password

By clicking Create account, I agree to the Terms of Service and Privacy Policy.

Create account

Типизированные элементы Page Objects

Button

Icon

Label

Tooltip

Checkbox

Radio button

Combobox

Input

Collapse

Textarea

List

Scroll

Slider

Toolbar

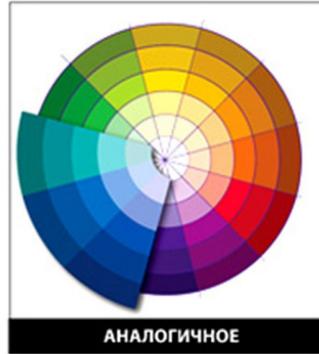
Status bar

Grid view

Tree view

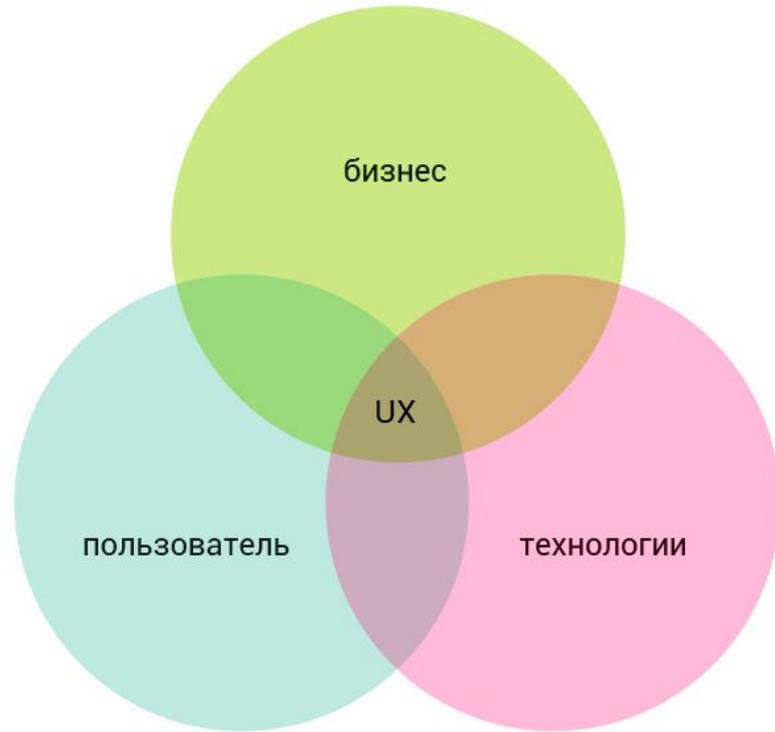


Цветовой круг Иттена



UX проектирование

это не только про создание интерфейса и тому подобное, а про то, как сделать что-либо хорошо. Всем :)



Общие рекомендации к UX/UI

- Однотипные элементы выглядят одинаково
- Элементы должны использоваться по назначению
- Все элементы должны иметь все доступные для них состояния
- Порядок перехода по Tab - последовательный
- Расположение информации на странице
- Выделение приоритетов
- Соблюдение стандартов
- Четкое разделение информационных блоков
- Последовательность подачи информации
- Группировка однотипной информации

Общие рекомендации к UX/UI

- UI не ребус;
- Третий клик от Лукавого;
- 10-секундный и коридорный тест;
- Не подменяй контролы;
- Правильная цветовая схема;
- Иконки и графические примитивы;
- Осторожно - стоковые изображения;
- Не более трех уровней вложенности;
- Предсказуемое поведение;
- Проще! Проще! Проще!

Практика

Петя — кондитер, он продает торты, это его товар. Петя хочет продавать как можно больше тортов — это цель бизнеса.

Чтобы продавать торты, Пете нужны магазины с витринами, продавцами, кассами и проч. — это бизнес-требования.

Юля — бухгалтер, она любит сладкое, любит разнообразие, любит пробовать что-то новое, она хочет сделать свою жизнь приятнее — это цель пользователя.

Юля хочет знать, где находится ближайший магазин со сладостями, когда завезли что-то новенькое, придя в магазин, она хочет знать цену товара, из чего он сделан и когда его изготовили — это требования пользователя.

Домашнее задание

1. Нарисуйте UI
2. Опишите UX

Бонус (самостоятельная проработка)

1. [Web UI design best practices](#)
2. [The guide to wireframing](#)

Инструменты

1. <https://www.axure.com/download>
2. <https://www.gliffy.com/>
3. <http://www.sparxsystems.com.au/products/ea/>
4. <https://www.infragistics.com/products/indigo-studio/how-to-buy>
5. <https://www.adobe.com/ua/products/xd.html>
6. <https://www.invisionapp.com/>