

The logo for 'agile days' is displayed in white text on a dark blue speech bubble background. The word 'agile' is on the top line and 'days' is on the bottom line, both in a bold, sans-serif font. The speech bubble has a tail pointing towards the bottom left.

**agile
days**

Как UX-специалист делился
своими инструментами с
agile-командами.

Никита Ефимов

Сеть дата-центров "Селектел"



Никита ЕФИМОВ

efimov.nikita@gmail.com



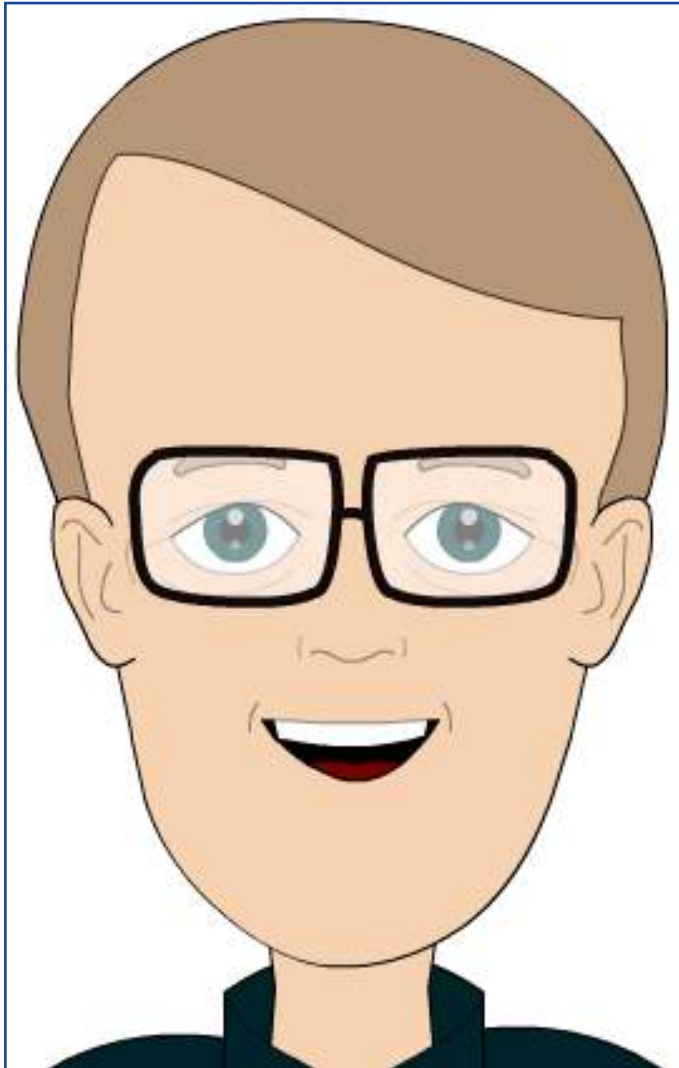
Основано на
реальных событиях.

Все совпадения случайны.

ag;|e
days

В ролях:

ag;|e
days



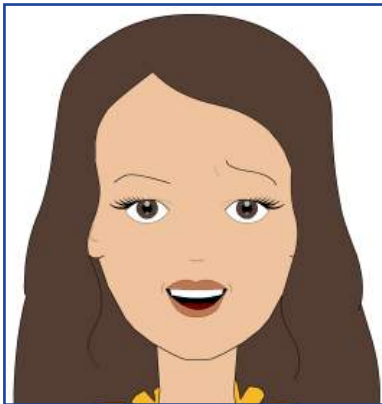
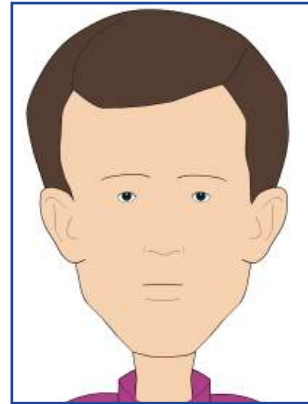
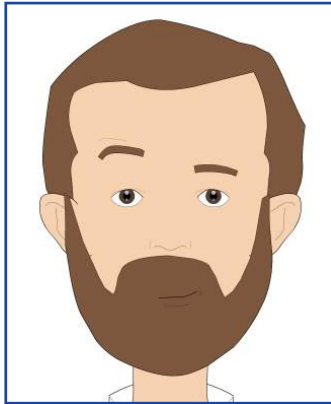
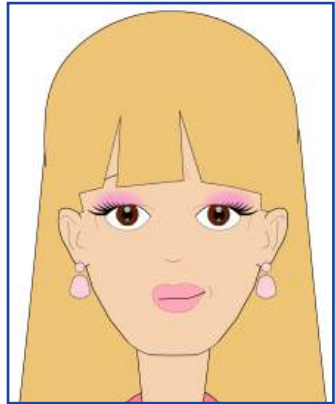
Семен

UX-designer, Ix-designer, Product designer

Много лет занимается проектированием пользовательского взаимодействия.

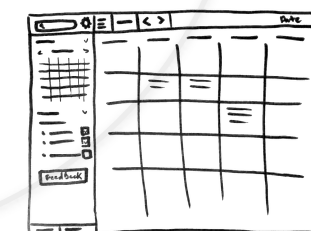
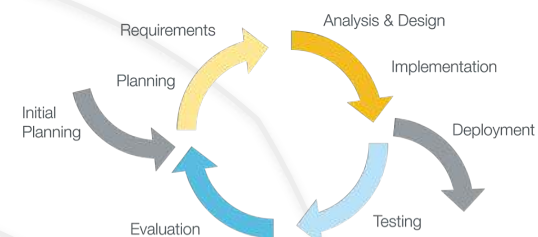
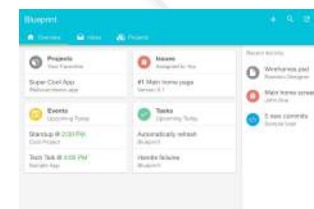
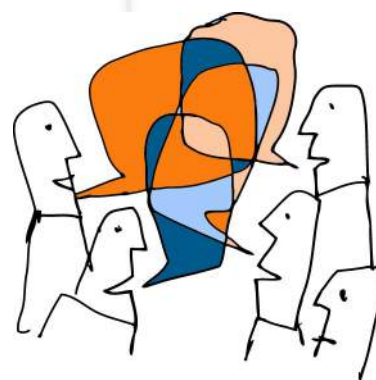
Последние годы тесно встраивался в разные agile-команды с переменным успехом.

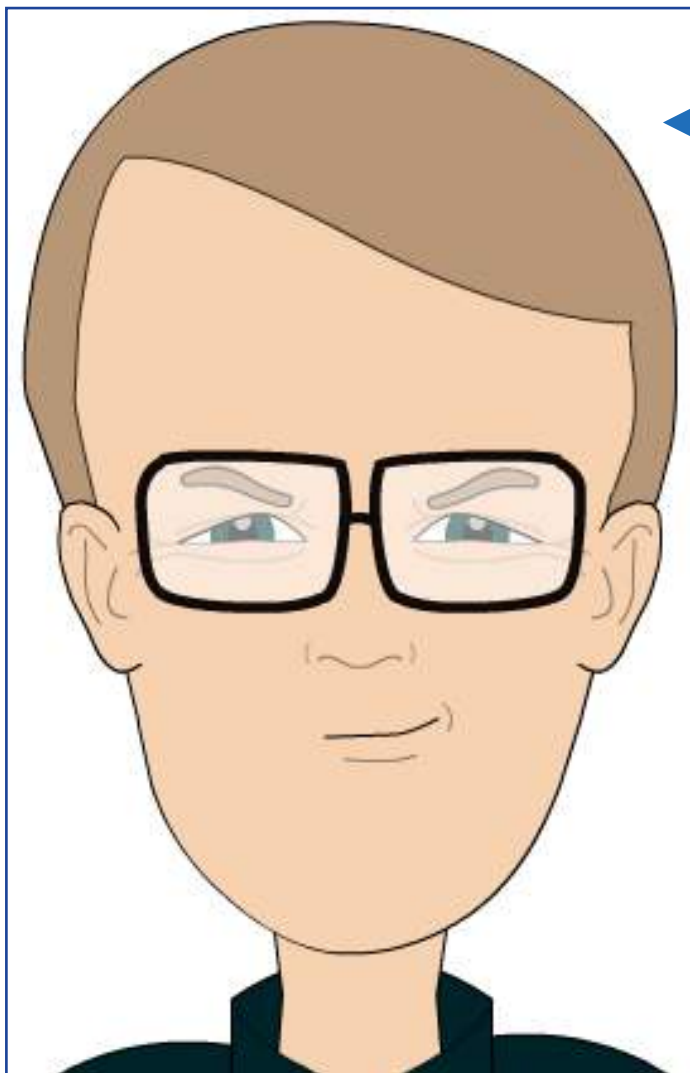
Характер - нордический, выдержанный.



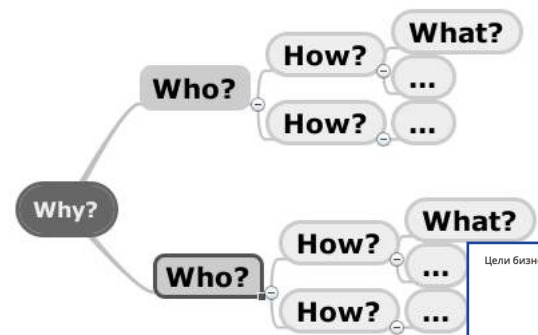
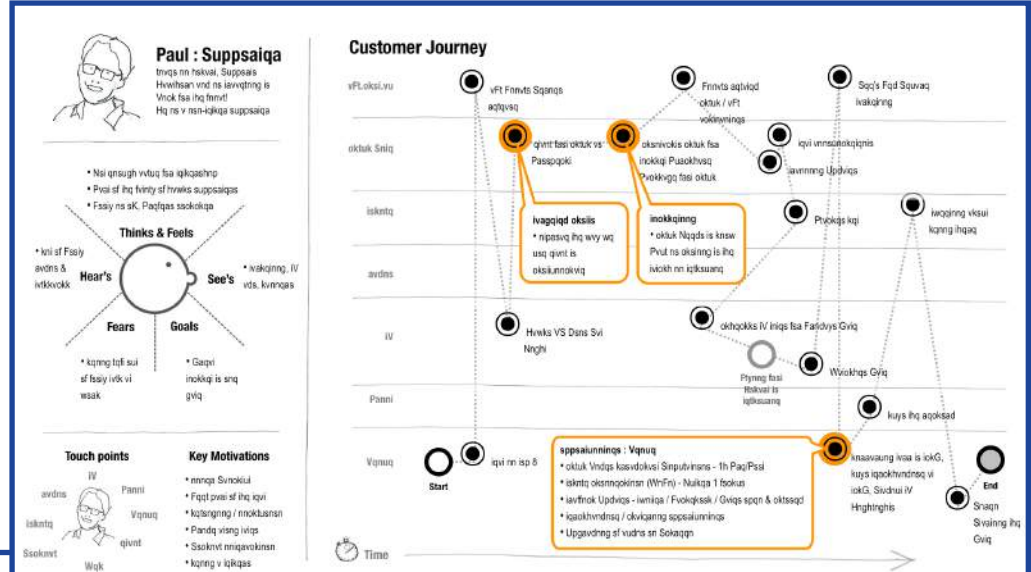
Agile-команда

Собирательный образ разных agile-команд, с которыми Семену довелось взаимодействовать.





А что, если...



Цели бизнеса		Критерии успешности	
Целевая аудитория	Задачи продукта	Ограничения	
Сильные/слабые стороны аналогов		Маркетинговые/брендинговые задачи	



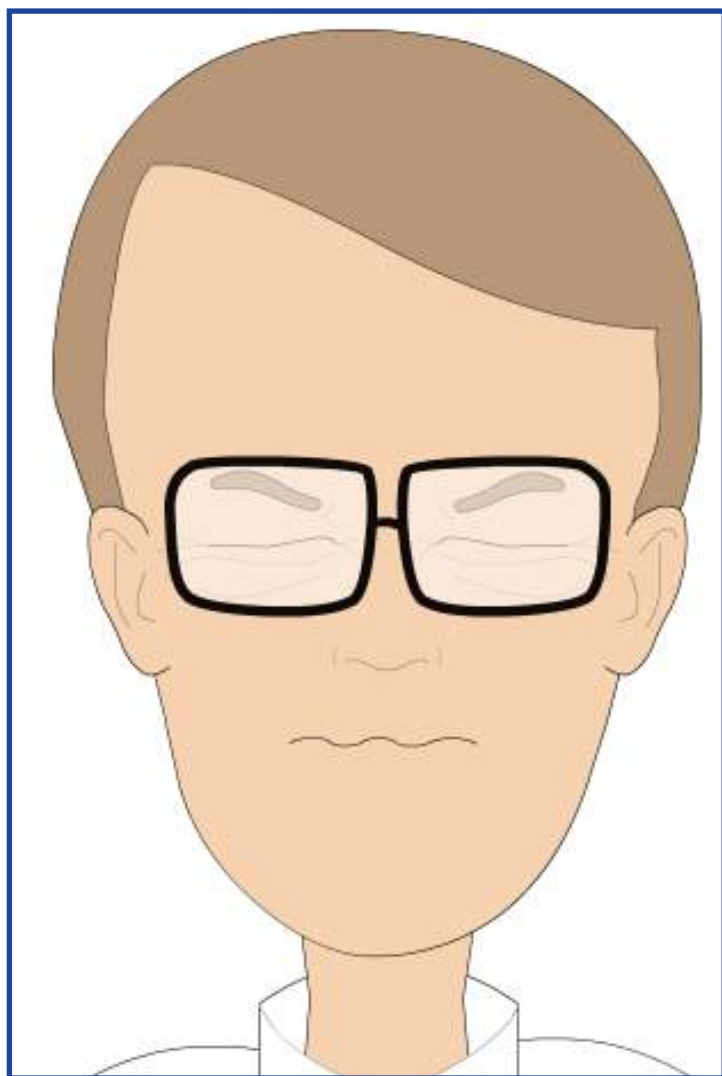
Совместное обсуждение продукта...

Прозрачный процесс и синхронизация
видения...

Минимизация потерь времени на
пересказ, споры и т.д.

ДЛЯ КОМАНДЫ!!!

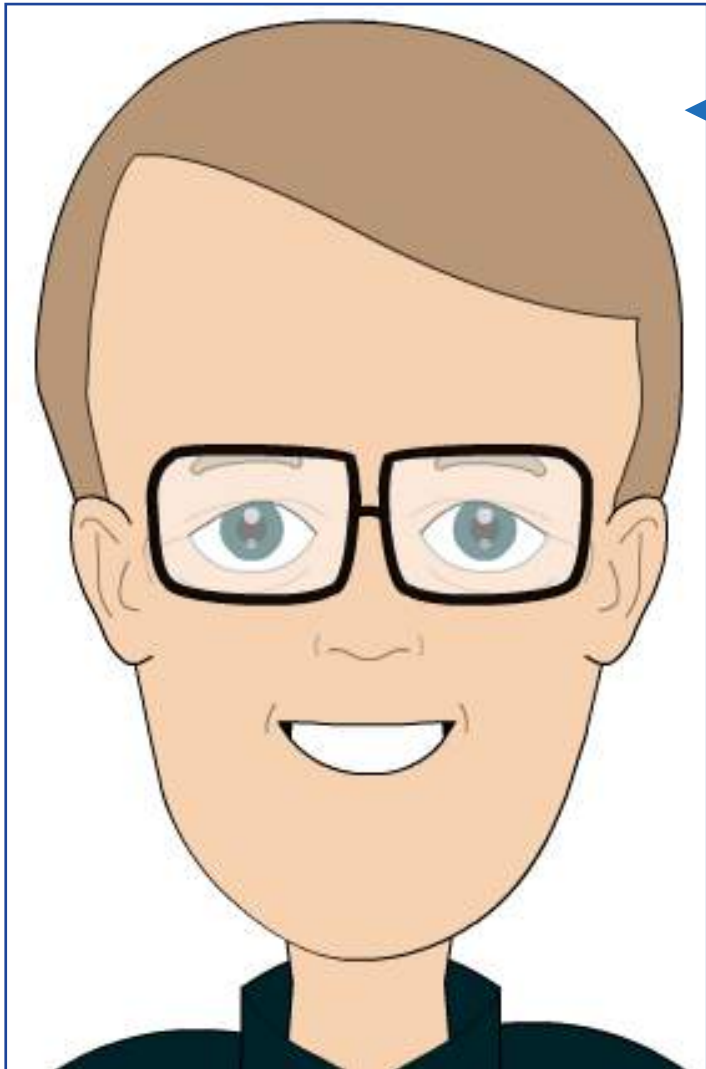




Начинать нужно с самого начала, с анализа, проектировать все равно не научу быстро...

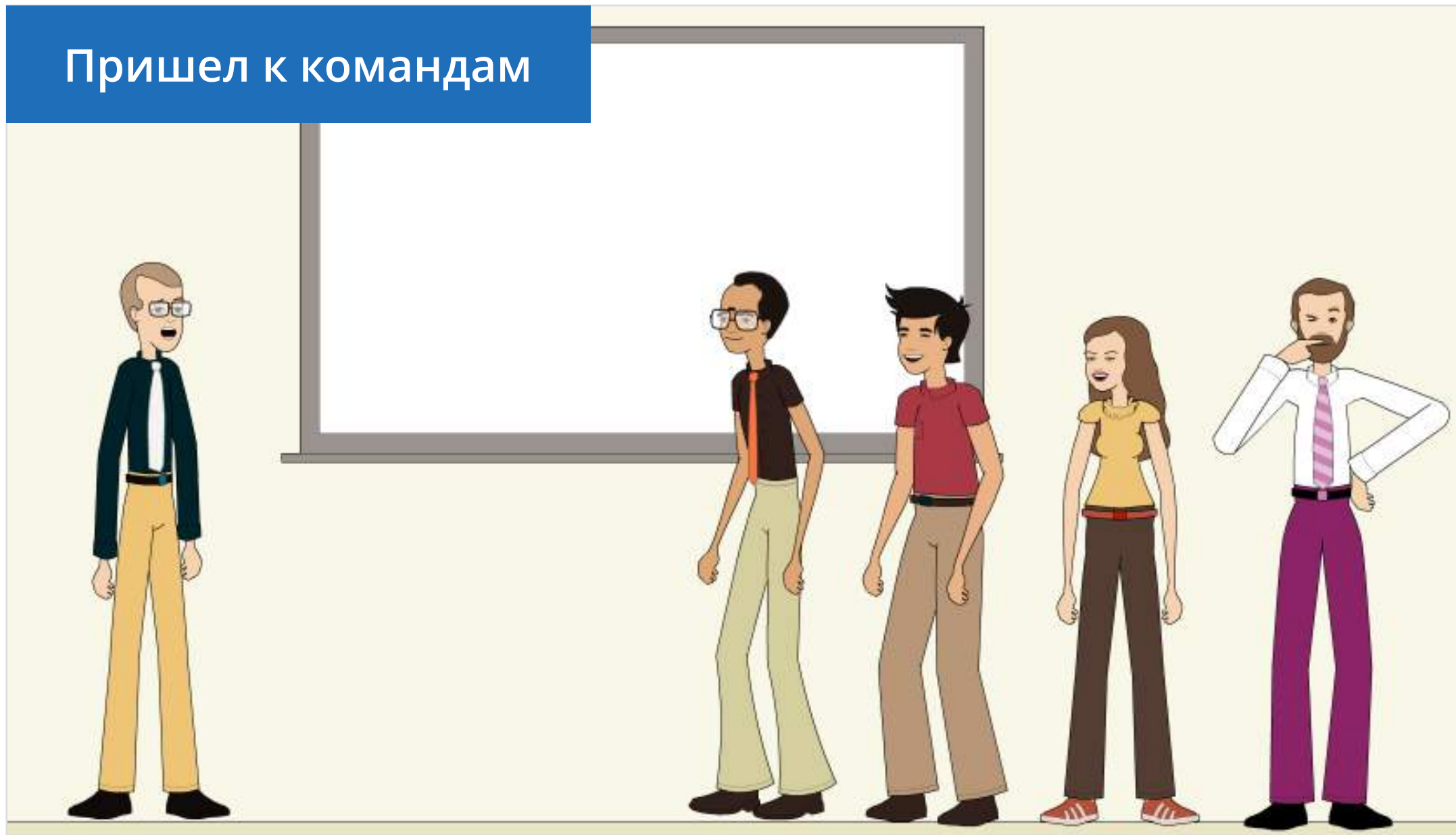
И про проверку не забыть. Плох тот UX'ер, который не проверяет свою работу...

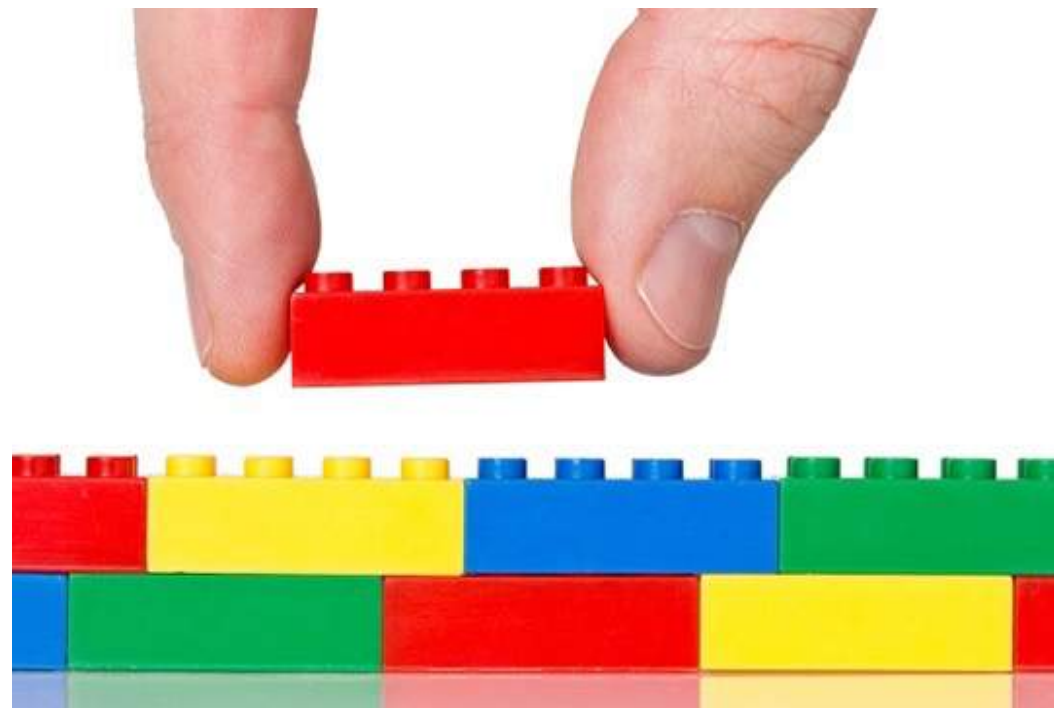
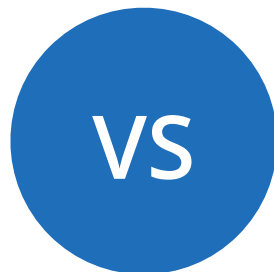




- Стратегия дизайна
- Experience Map
- Карта эмпатии
- Impact Map
- Модель Кано
- Оценка вкусовщины

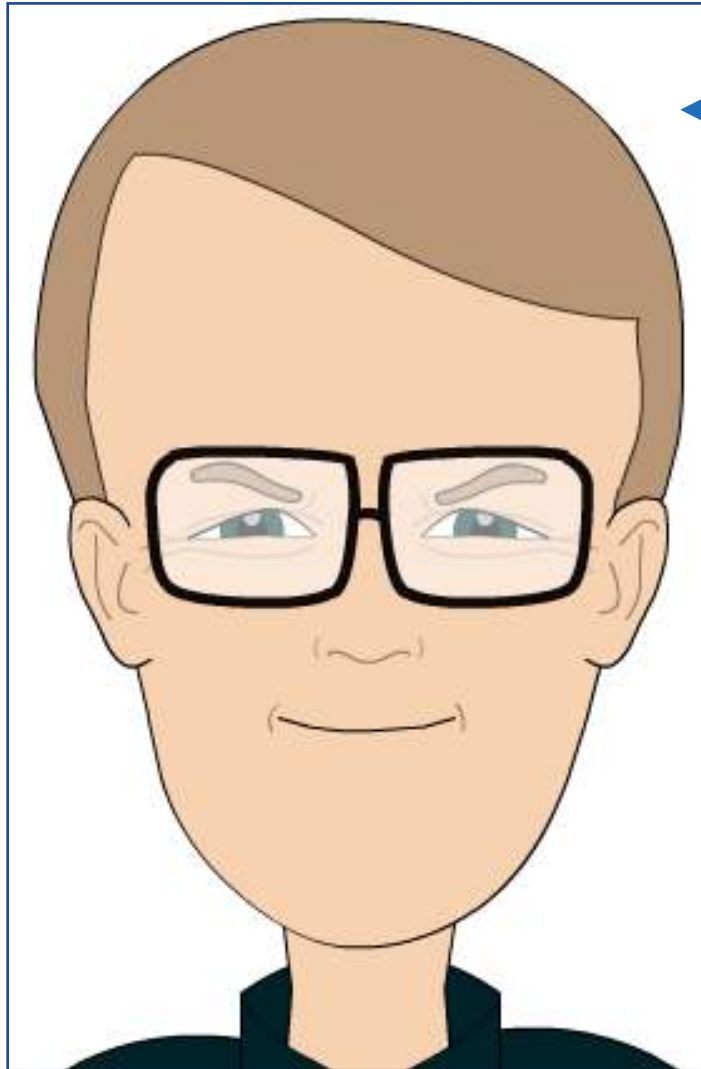
Пришел к командам





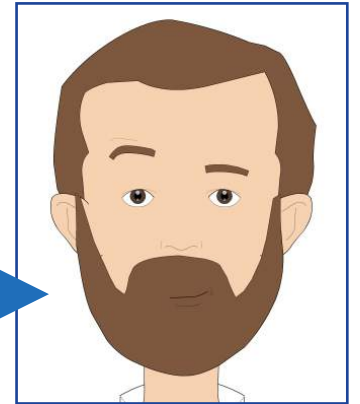
Новый продукт
(или большой релиз)

Добавление функционала



А как вы фиксируете требования?

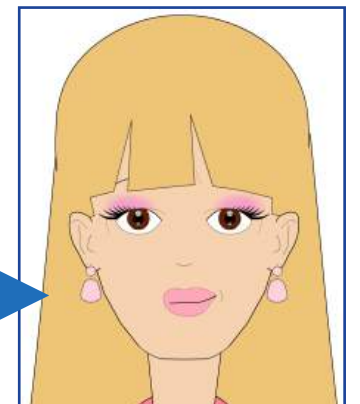
Lean/Project/etc. Canvas



В голове!



User story



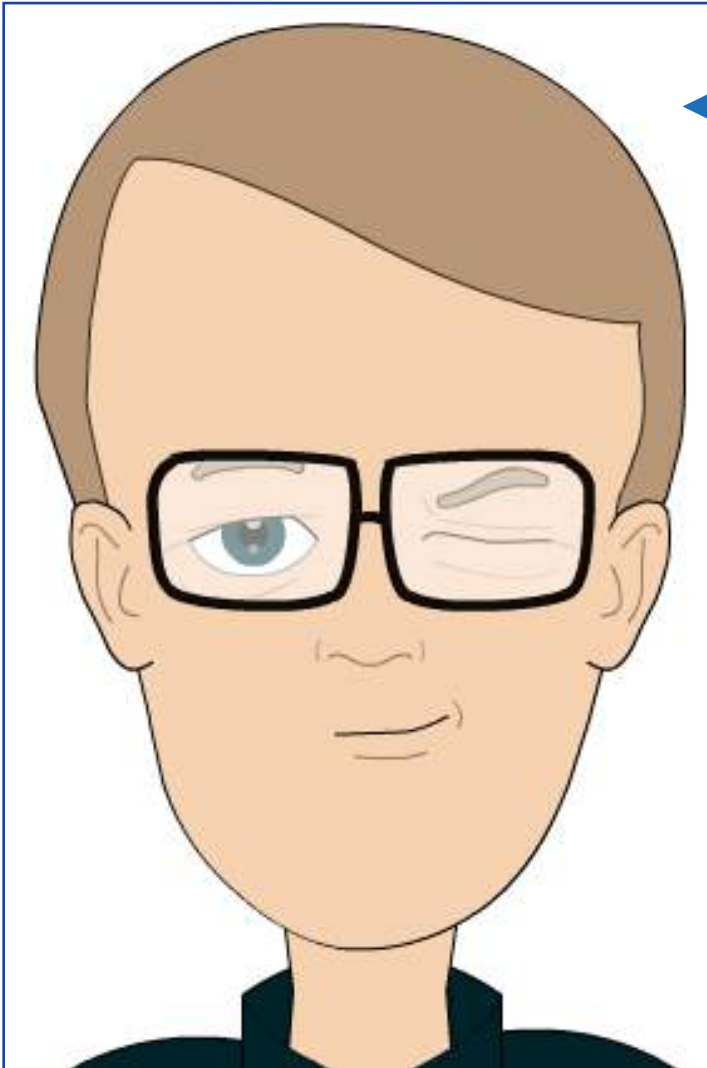


Oooo!!! User stories!

Сейчас расскажу, как их можно прокачать...



ЦЕНЗУРА

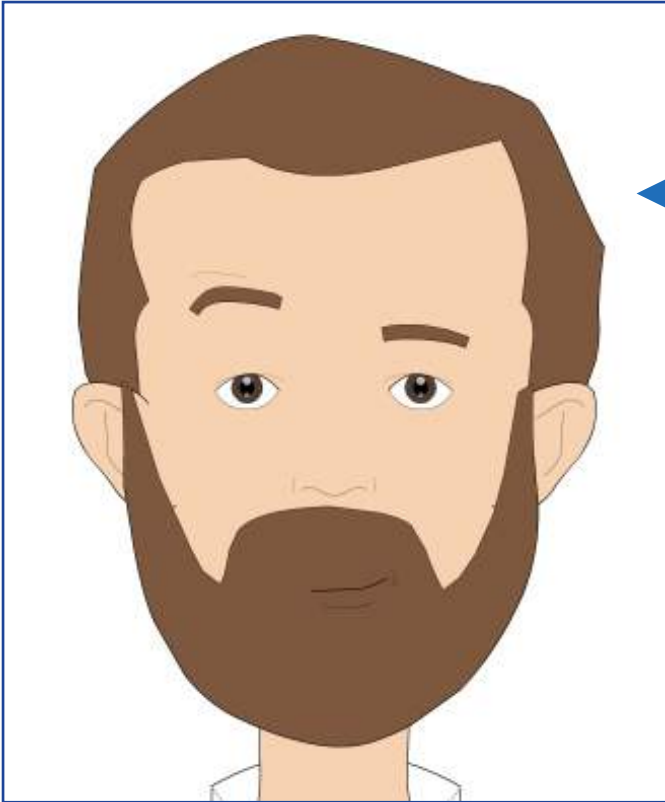


Любите канву??? Их есть у меня!

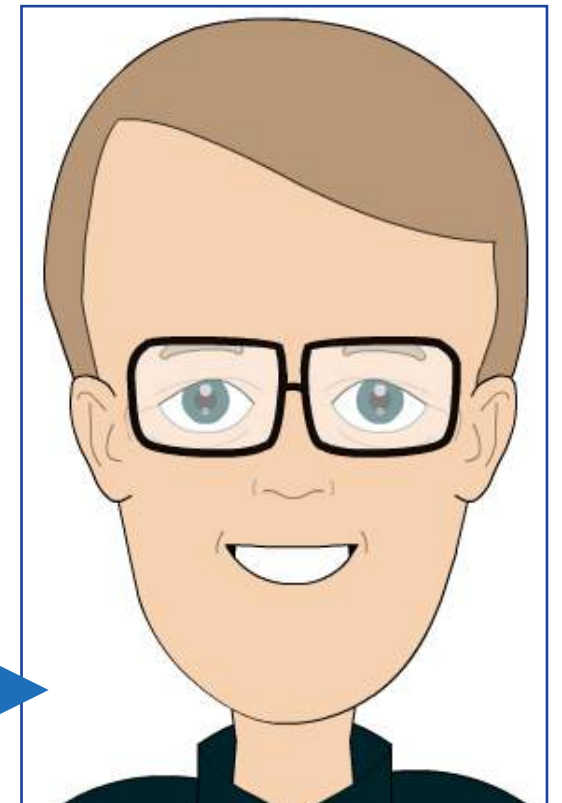
Для крупных релизов можно
использовать “Стратегию дизайна”

Цели бизнеса	Критерии успешности	
Целевая аудитория	Задачи продукта	Ограничения
Сильные/слабые стороны аналогов		Маркетинговые/брендинговые задачи

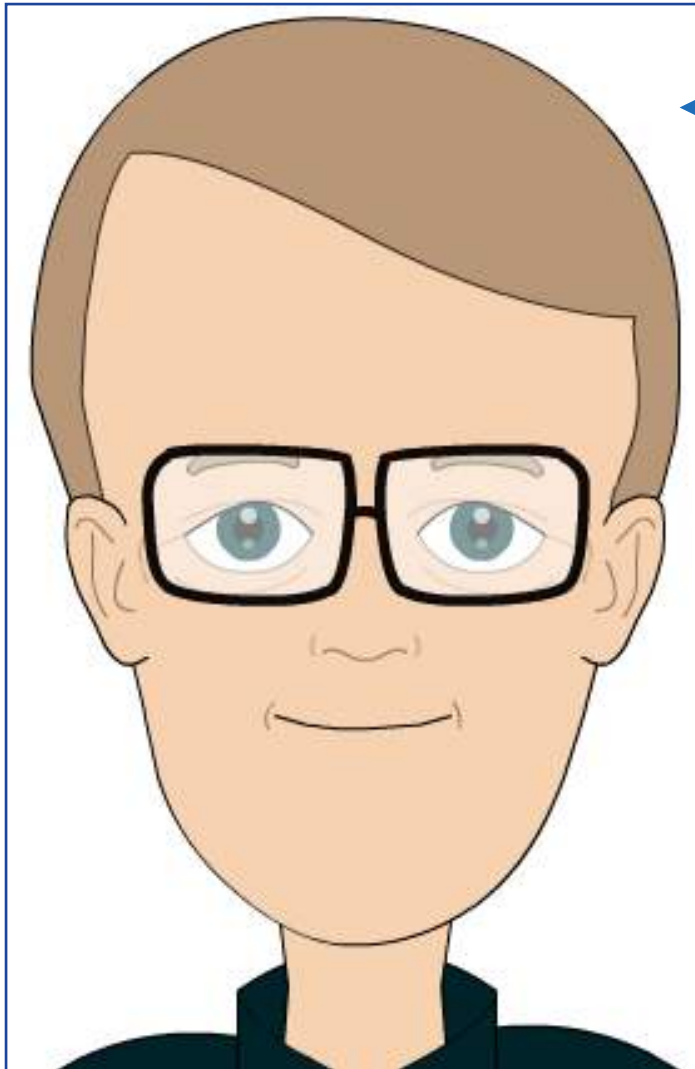
- Цели бизнеса;
- Критерии успешности;
- Целевая аудитория;
- Задачи продукта;
- Ограничения (технические, временные, финансовые);
- Сильные/слабые стороны аналогов;
- Маркетинговые/брендинговые задачи.



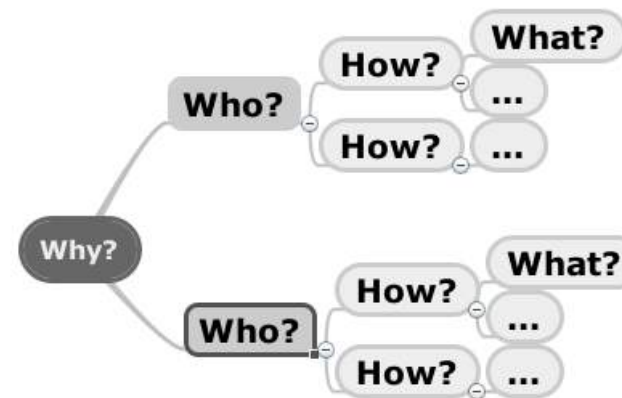
Некоторые блоки понятны и очевидны. А остальные-то нафига нужны?

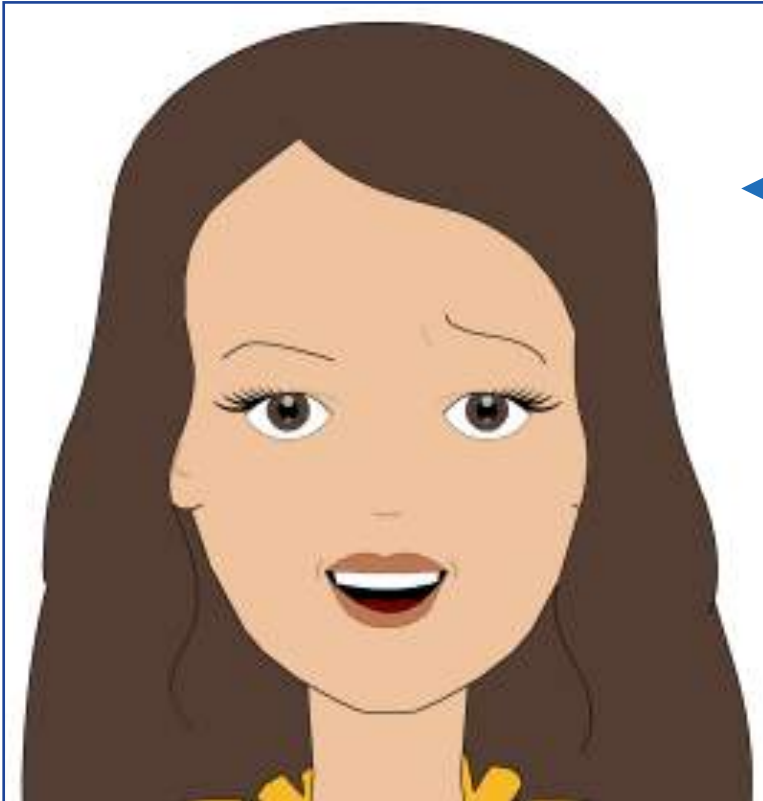


Каждый из блоков пригодится нам в дальнейшем...



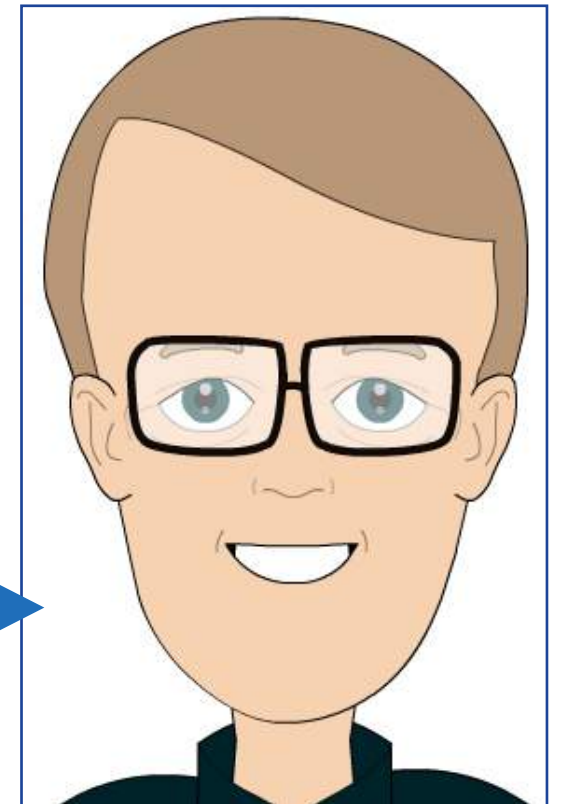
Цели бизнеса уже сейчас можно
“препарировать” с помощью Impact Map’a.
Знакомый вам инструмент?

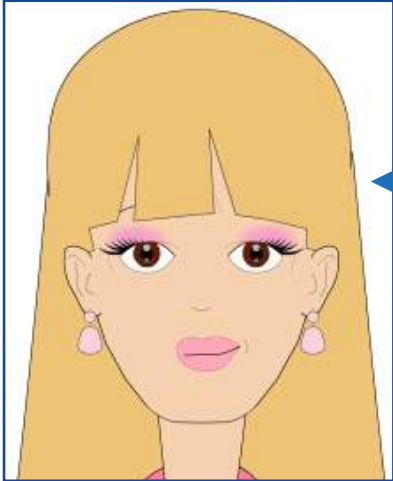




Зачем нам блок “Маркетинговые задачи”?

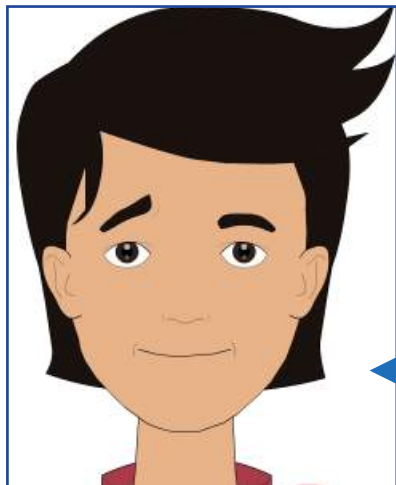
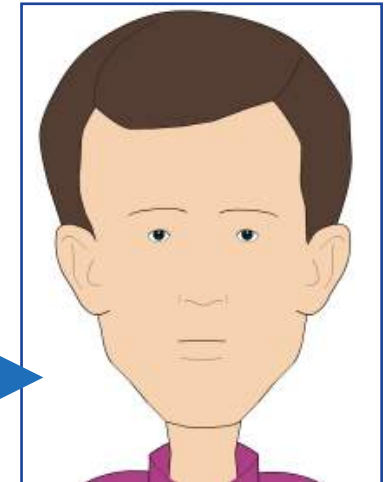
А случилось ли вам сталкиваться с
вкусовщиной?
В стиле “как-то не очень смотрится”....



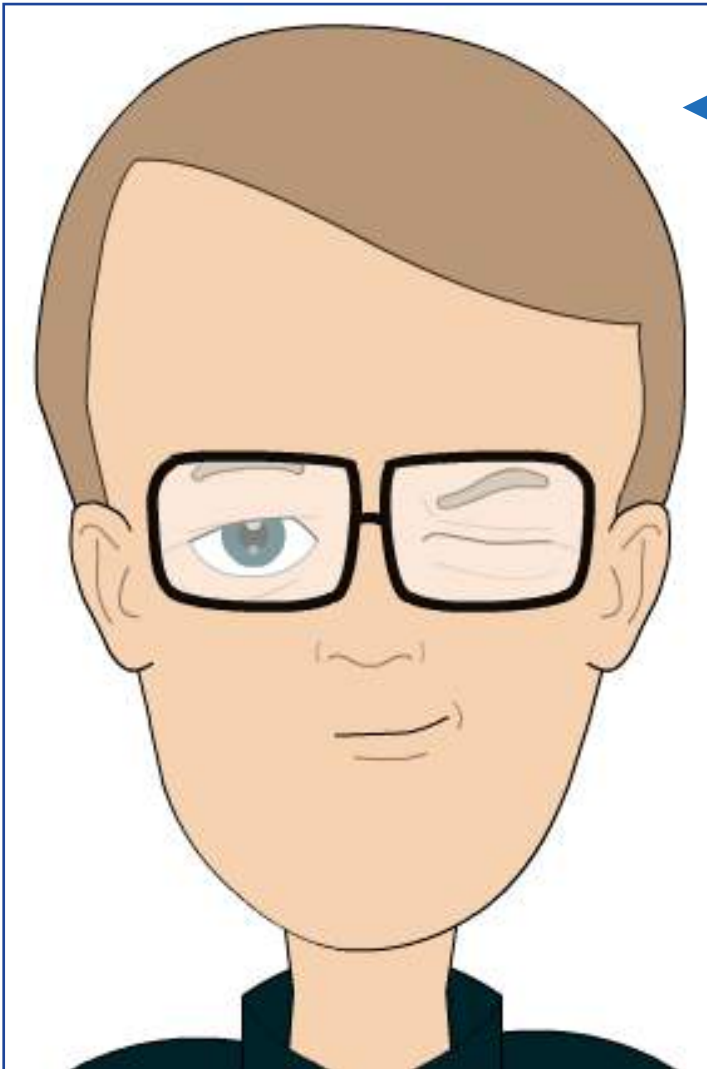


Да-да, такое частенько бывает...

Дизайнер как понарисует, а
заказчик не принимает...



Части команды тоже не нравится.
Как быть?



Все на самом деле не так сложно. Нужно
сформировать оценочные характеристики.

Ну, например...

■ Задачи продукта

- целевая аудитория;
- конкуренты;
- предполагаемый и желанный образ.

■ Эмоциональное воздействие

- дружелюбный - отталкивающий;
- упорядоченный - хаотичный.

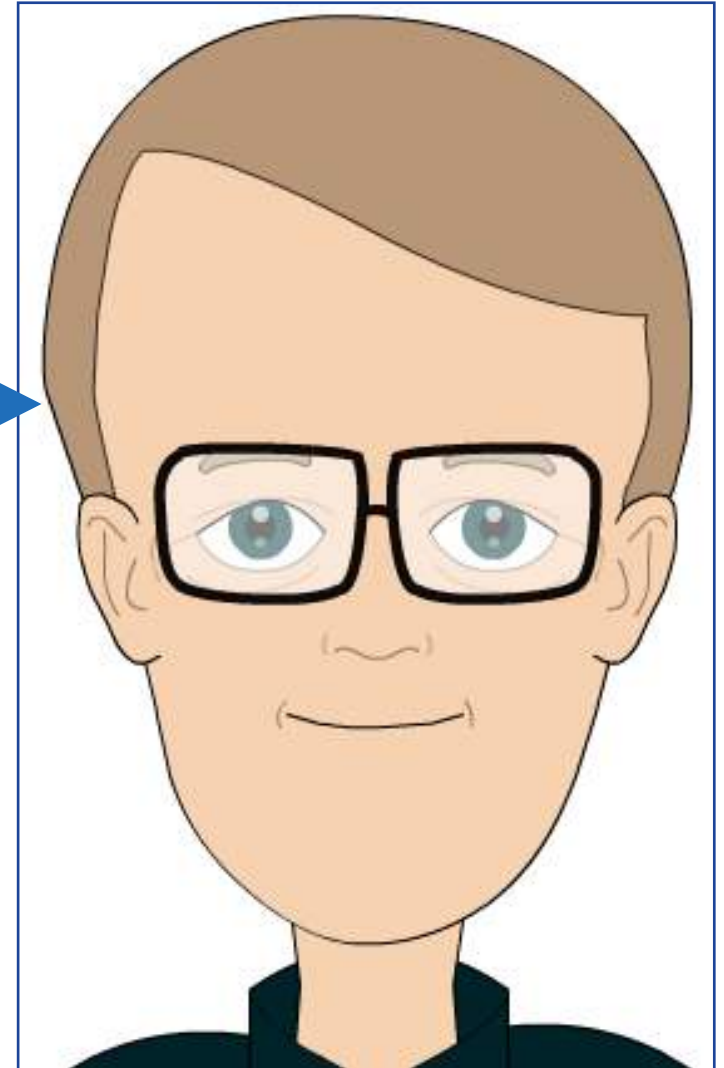
■ Художественные гипотезы

- теплый - холодный;
- мрачный - яркий.

1. Выбираем тип оценочных шкал
(Лайкерта или полярные)

2. Опрашиваем людей.

Но не “как тебе дизайн?”, а в разрезе шкал.



Дизайн продукта создает ощущение легкости

1

Абсолютно
несогласен

2

3

Затрудняюсь
ответить

4

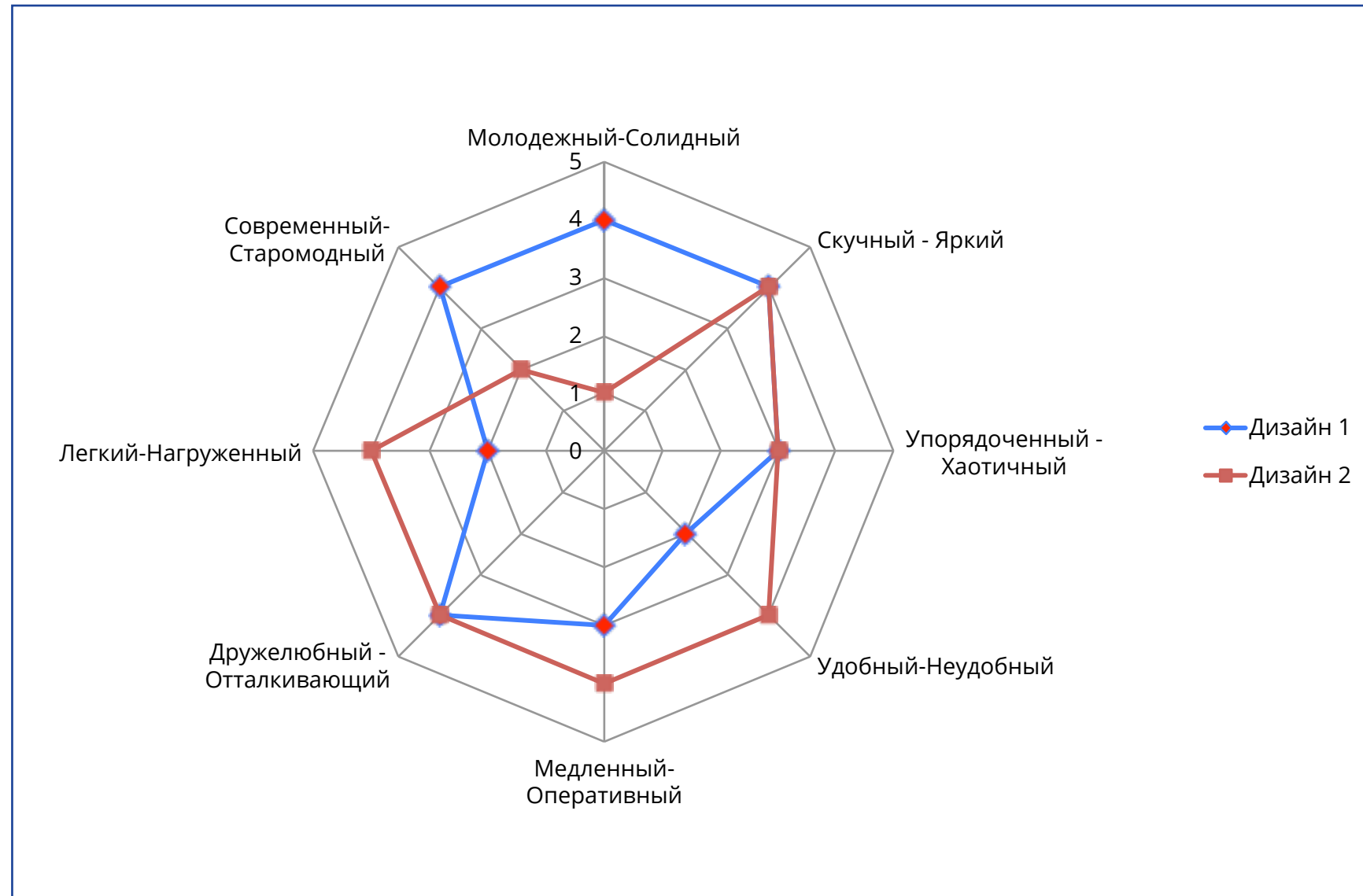
5

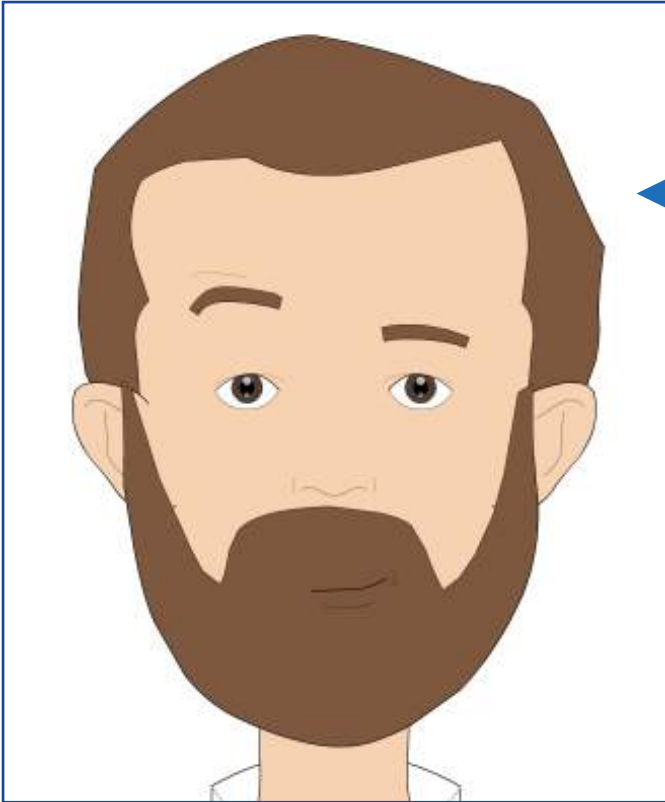
Абсолютно
согласен

тесный ••••• просторный

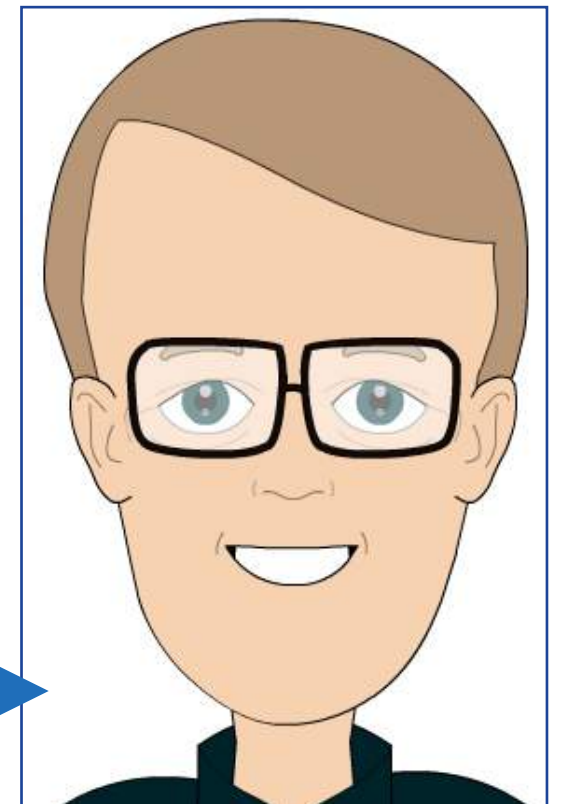
яркий ••••• скучный

скрытный ••••• честный





Огонь! Это ведь позволит не тратить кучу времени на споры...

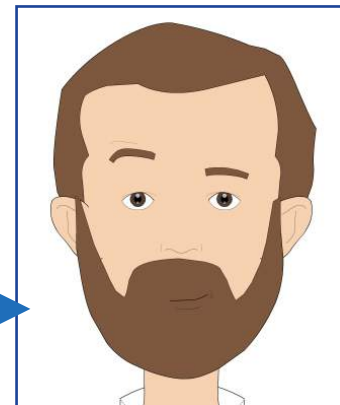


И "понижит градус напряженности" в команде...

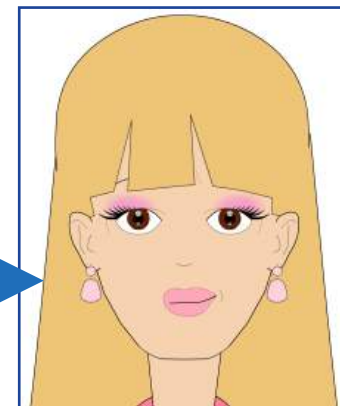


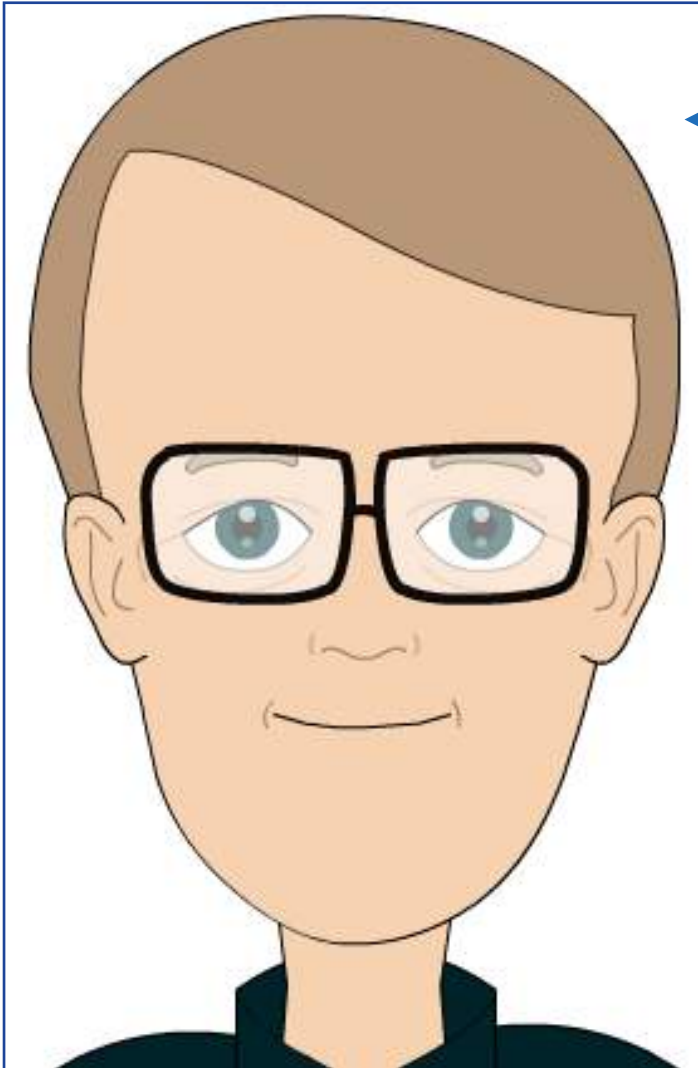
А вы фиксируете вообще
взаимодействие человека с продуктом?

А зачем?



Эмм, что это?





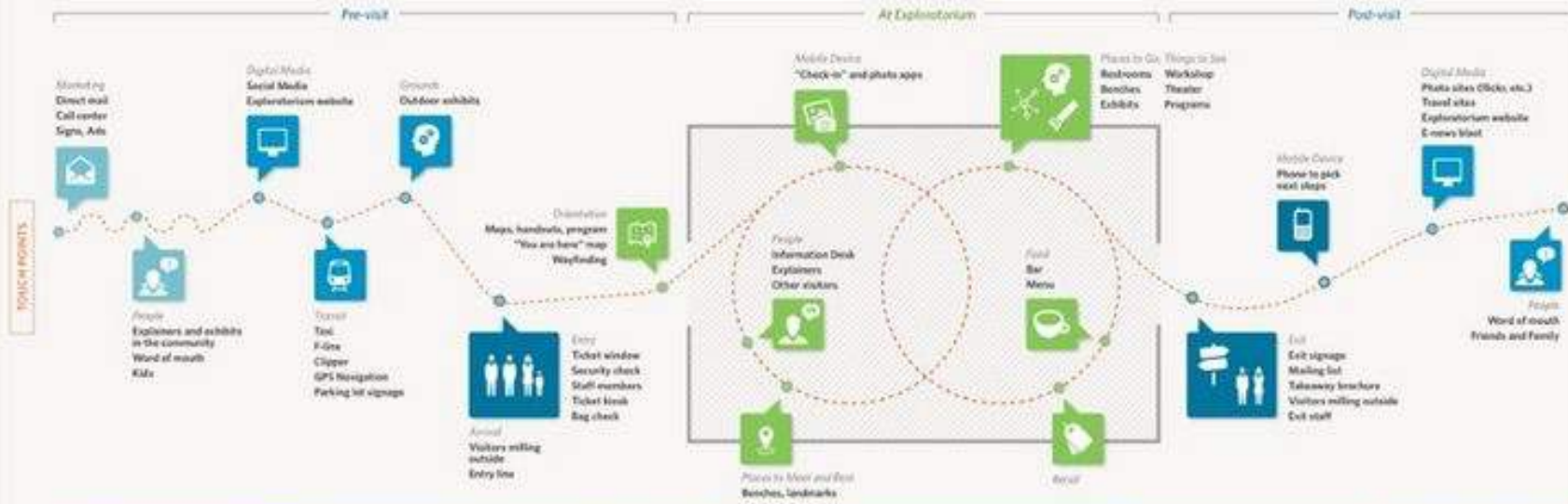
Внедряешь новый функционал, а им не пользуются..

Или просто начинают жаловаться, что плохо работать стало...

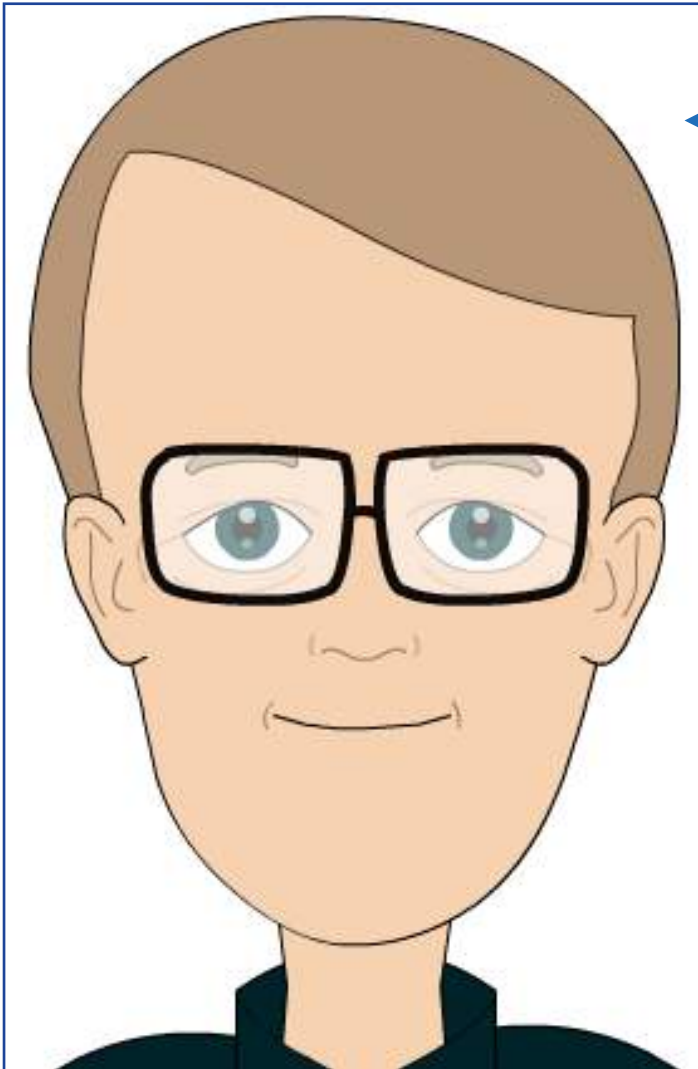
Нет понимания того, как новый функционал повлияет на работу пользователей...

Exploratorium Visitor Experience Map

Where are you supporting their needs and actions?



	GET THE IDEA	PLAN THE DAY	GET INSIDE	DO THE MUSEUM	WHAT'S NEXT	RETURN TO LIFE	
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none"> See something cool on social media See crowds outside Hear about in news media Learn via word of mouth 	<ul style="list-style-type: none"> Understand the options Buy tickets online Print ticket Group local activities 	<ul style="list-style-type: none"> Wait in line Digest ticketing options Collect materials Check bags Use bathrooms Gather group 	<ul style="list-style-type: none"> Pick an exhibit Become engaged Stay together Timed Watch programs Look for resting place 	<ul style="list-style-type: none"> Seek help Snack Try on clothes Look for value 	<ul style="list-style-type: none"> Consider membership Leave Get bags Judge experience Re-visit upon exit Find car Have dinner nearby 	<ul style="list-style-type: none"> Look and upload photos Seek more information about exhibits Learn more about a topic Share what I learned Write review Notice Exploratorium branding in the city
QUESTIONS	<ul style="list-style-type: none"> How do I find what I need to know? What do we do since we're there? Are my kids too young? Is this stuff for adults? How much time will it take? 	<ul style="list-style-type: none"> Where is it? How do I get there? What should I bring? Where do I park? 	<ul style="list-style-type: none"> Where do I get tickets? Why did the line stop? Is it worth becoming a member here? What should I see? Where can I put my stuff? Where is our meeting spot? 	<ul style="list-style-type: none"> Where are the bathrooms? Where is [a specific exhibit]? Is everyone together? Why can't I find a staff person? What else should I see? 	<ul style="list-style-type: none"> What's cheap in the store? What did I miss? 	<ul style="list-style-type: none"> What did you think? How do I get out of here? Do we have all our stuff? What are upcoming events? Where is my car? How do I remember this? 	<ul style="list-style-type: none"> What else can I do? Where can I find more information about that thing? How do I tell others what I did?

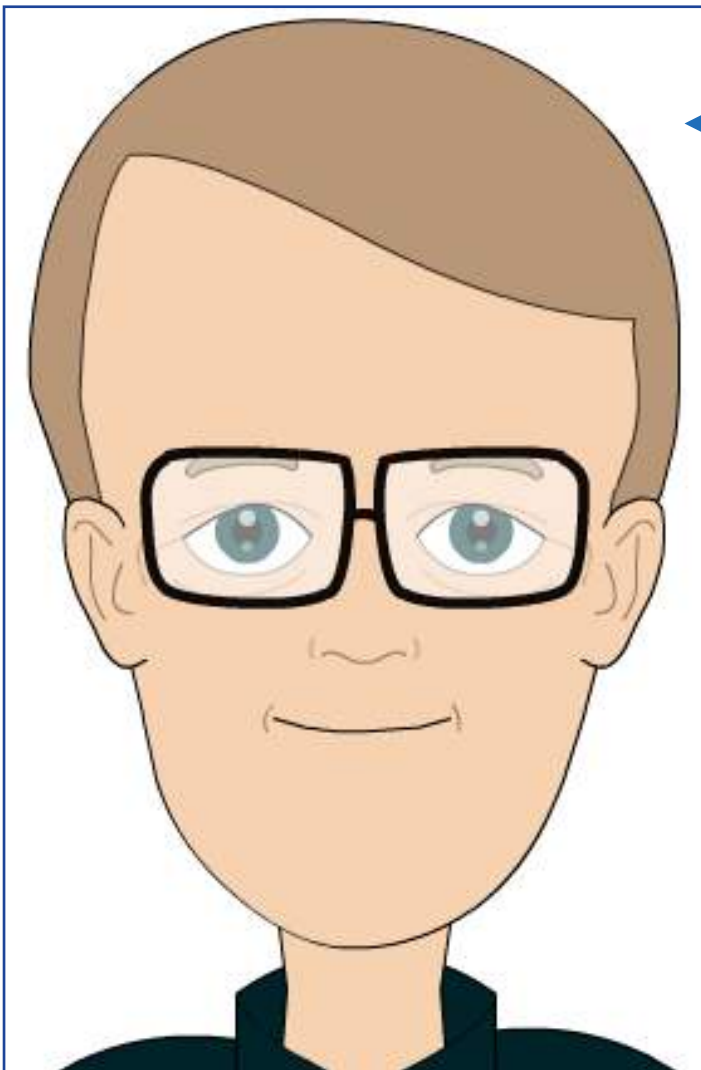


1. Состоит из точек взаимодействия...

Стратегию дизайна помните?

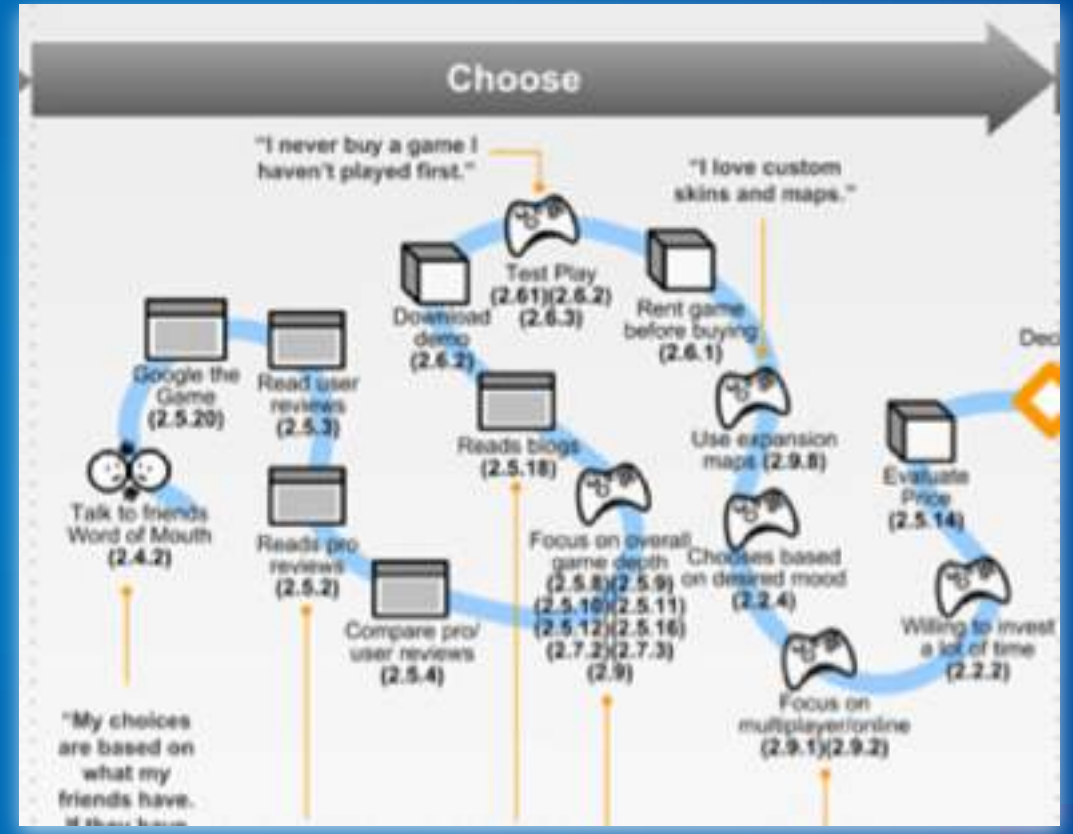
Берем блок "Задачи продукта". Это и будут первые точки...

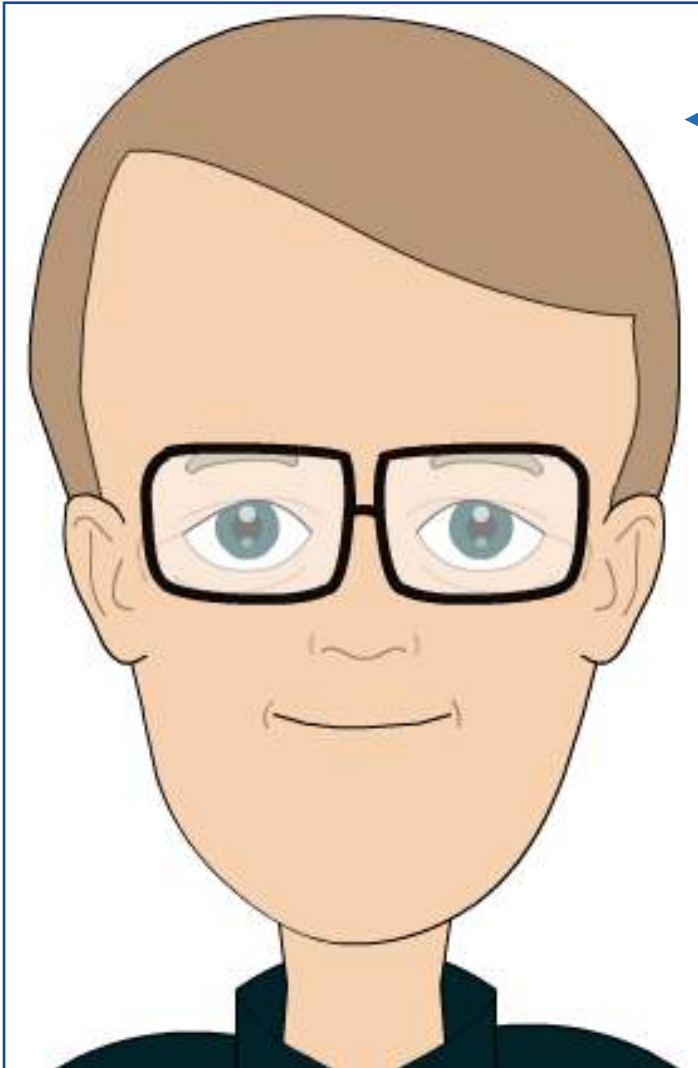




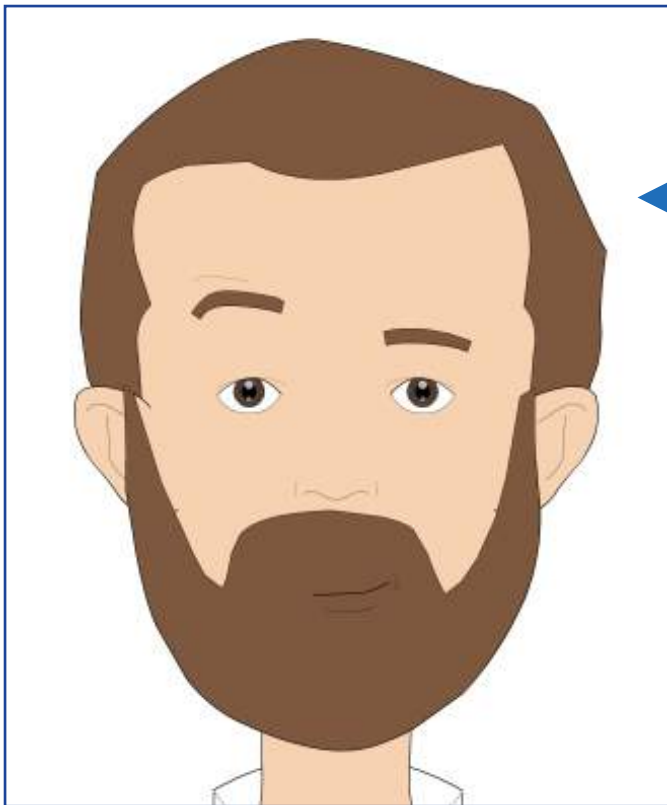
1. Состоит из точек взаимодействия...

2. Описывает процесс в каждой точке...

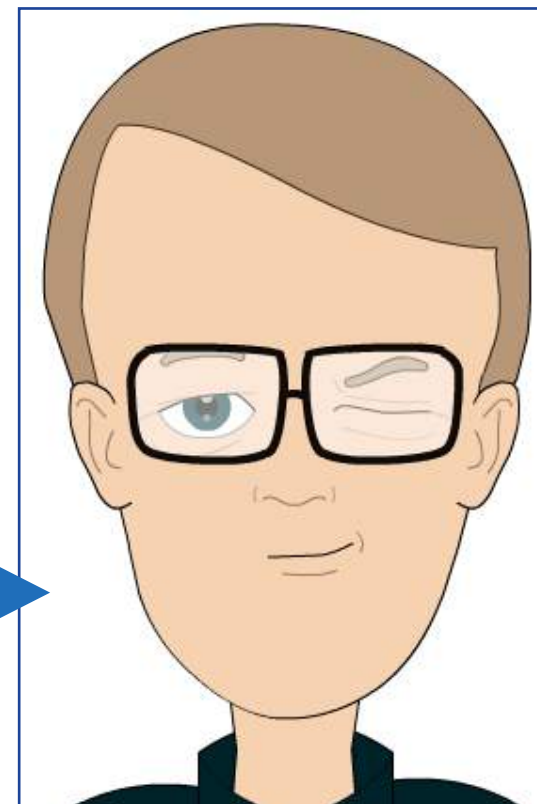




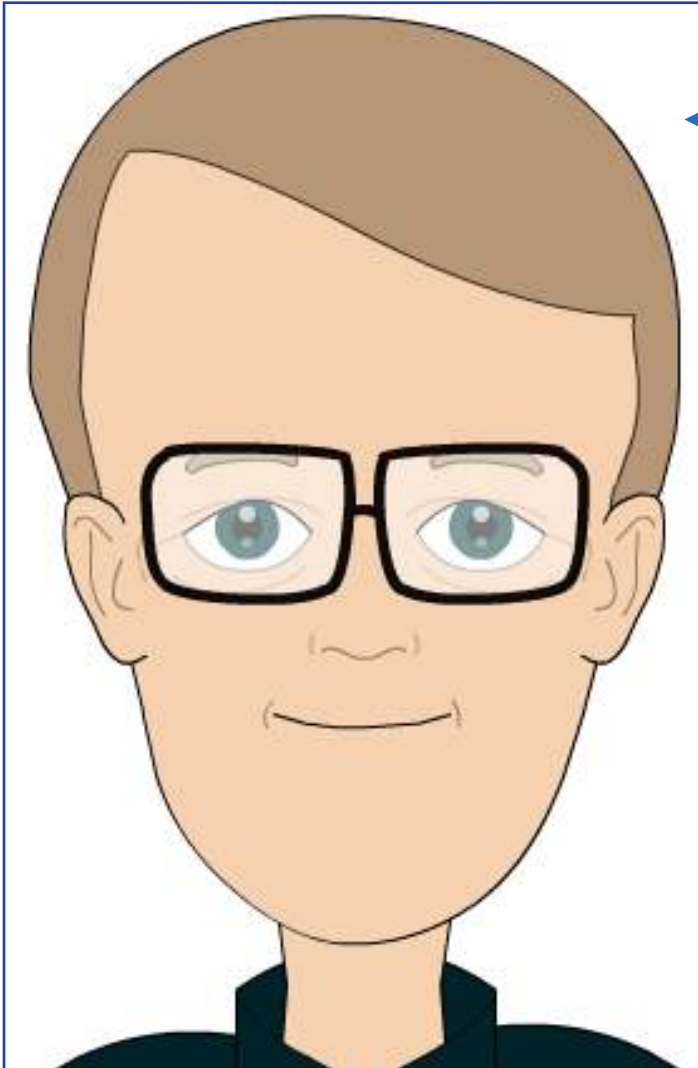
1. Состоит из точек взаимодействия...
2. Описывает процесс в каждой точке...
3. Описывает цели человека, проблемы/барьеры и эмоциональное состояние в каждой точке...



Так ведь они нарисованы, красиво...
Это ж сколько времени потрачено???



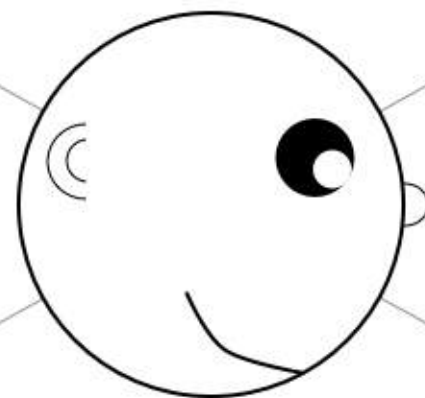
А так?



Чтобы детально “препарировать” каждый шаг (*цели там всякие, проблемы и т.д.*) **МОЖНО** воспользоваться картой эмпатии...

Думает и чувствует

Слышит

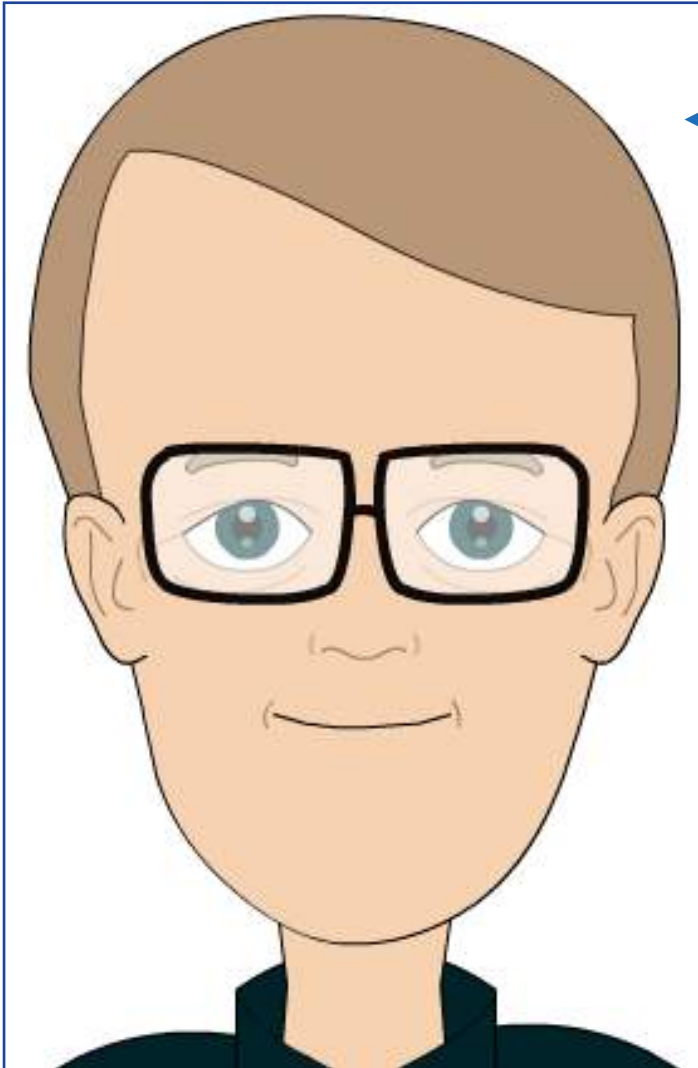


Видит

Говорит и делает

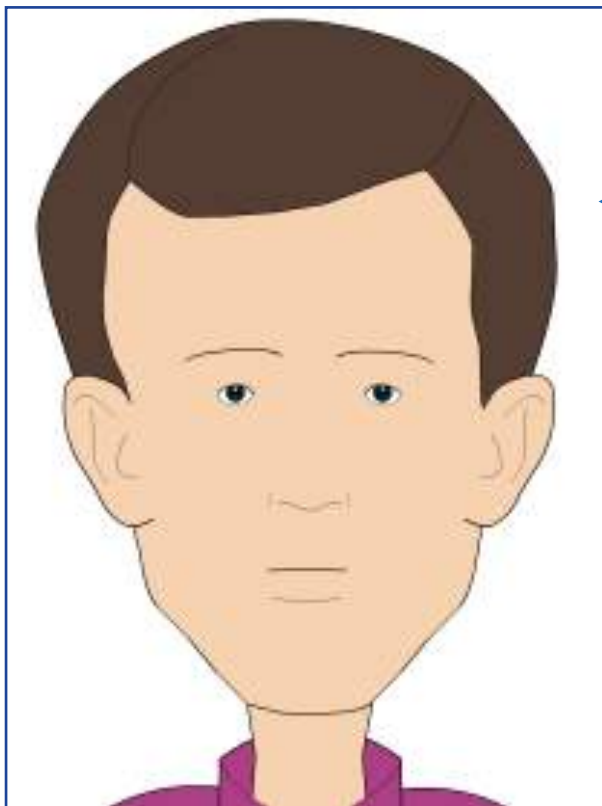
Проблемы, тревоги (rain)

Потребности, цели (gain)

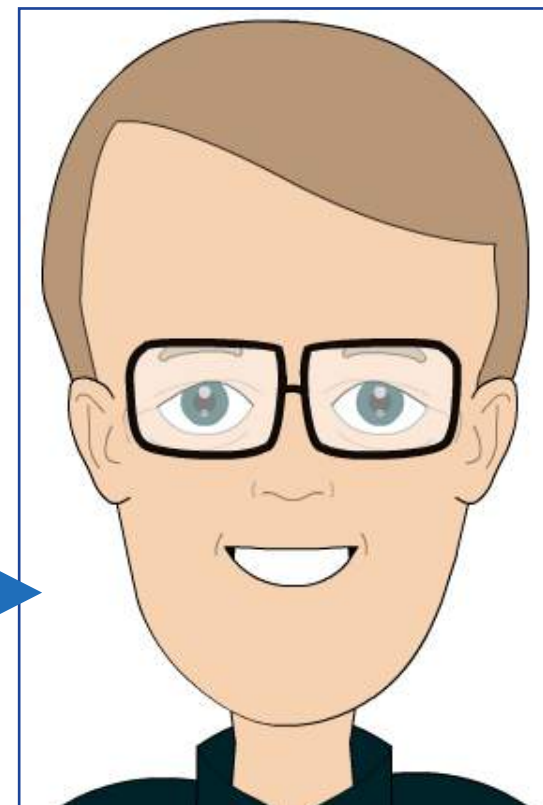


Брейнстормим фичи, в разрезе:

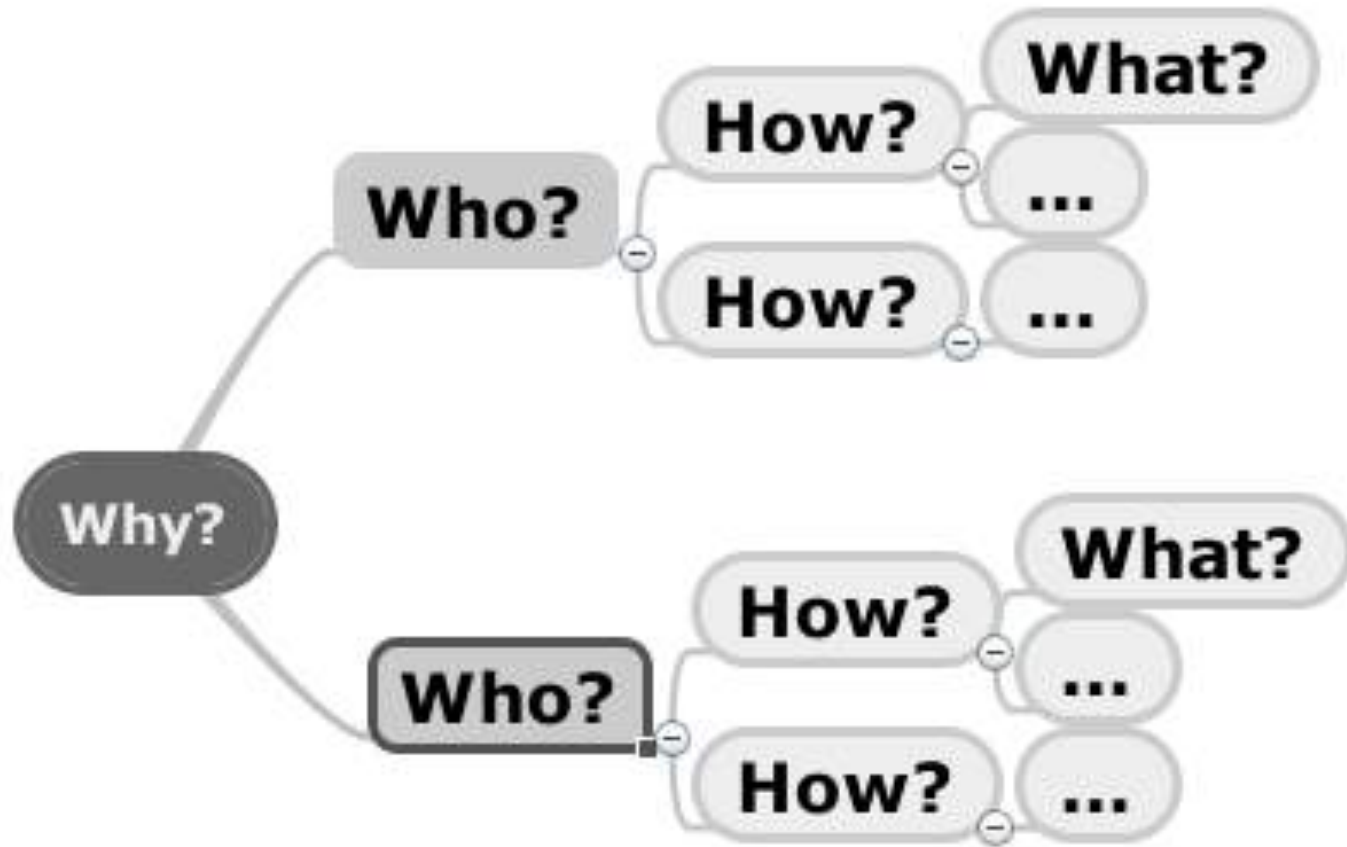
- как помочь избежать проблем/барьеров;
- как помочь достичь целей человека;
- как улучшить взаимодействие...



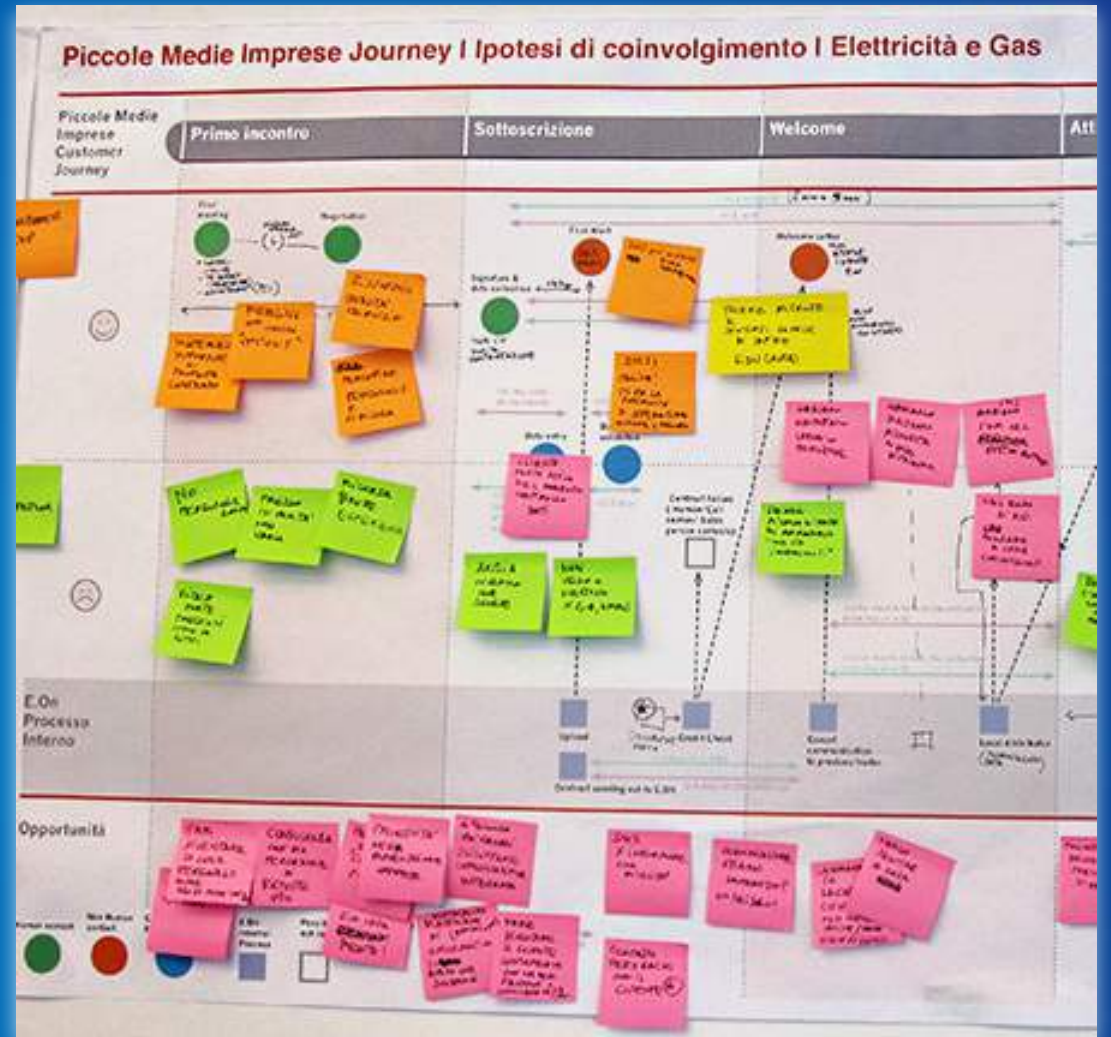
А как работать с целями пользователей?

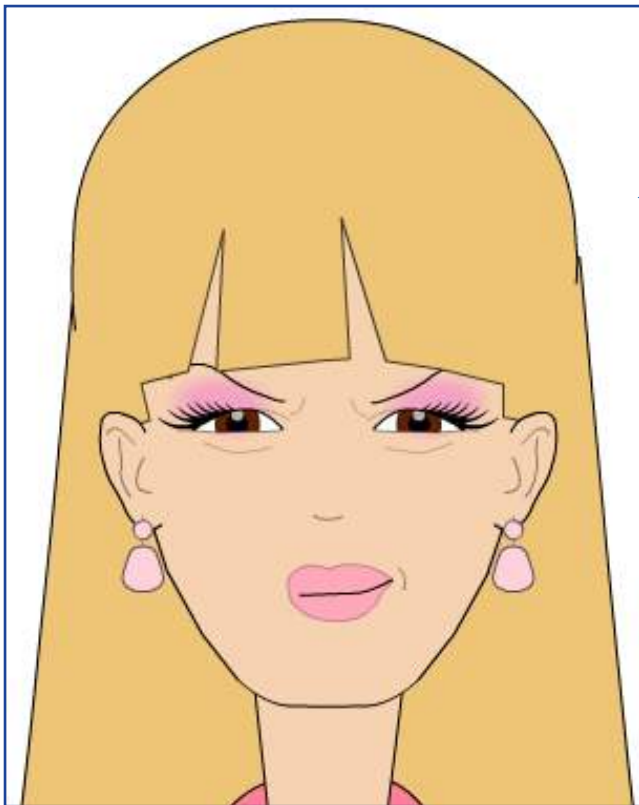


А вот тут поможет Impact Map!

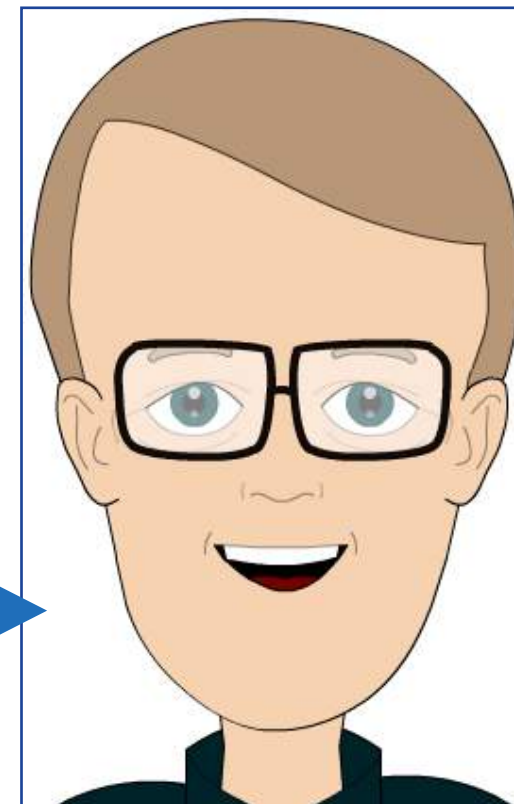


- У пользователей есть свои цели;
- Достижение этих целей затрагивает разных участников процесса:
 - самого пользователя;
 - других участников.
- Как эти участники позволят пользователю достигнуть его цели?

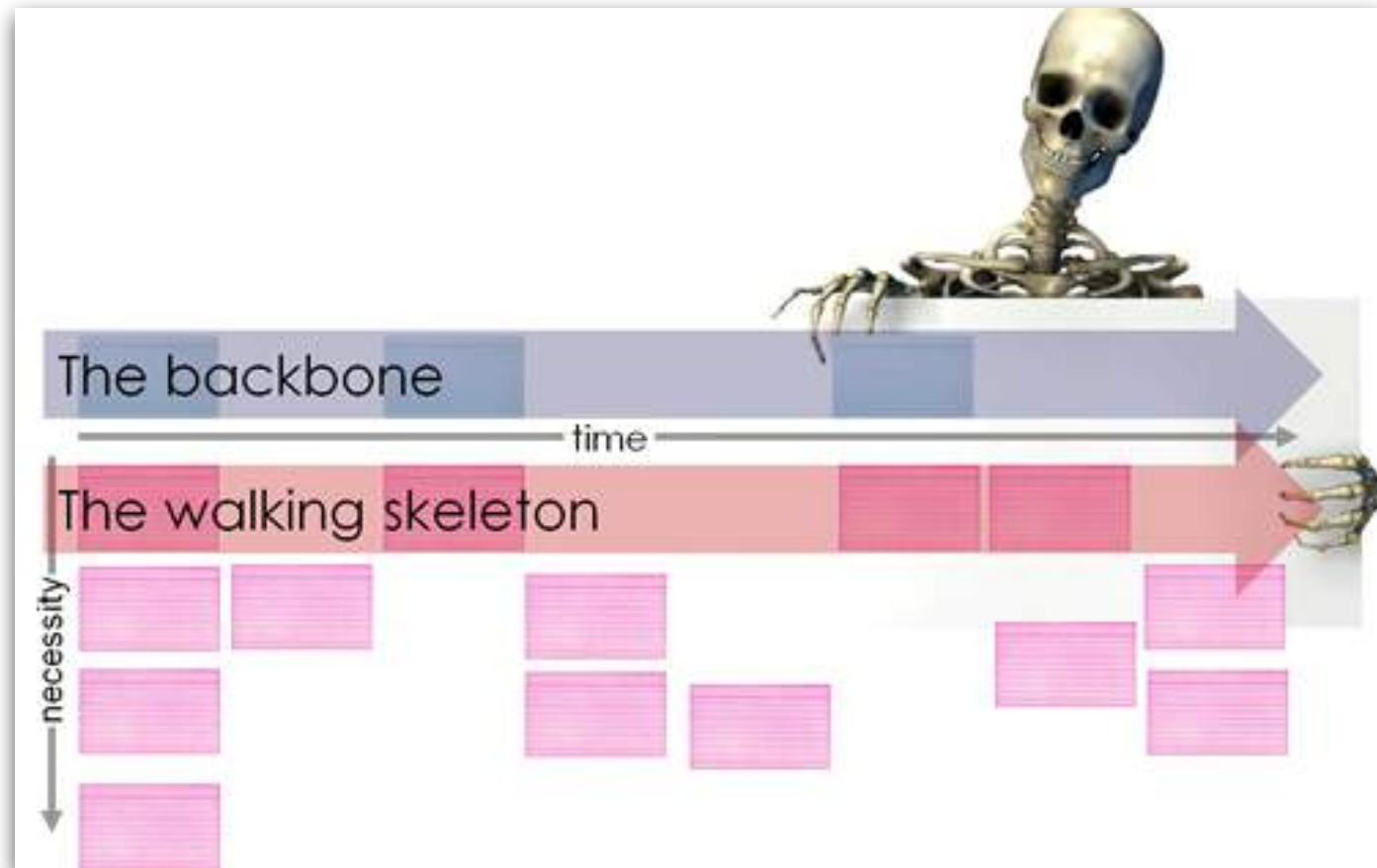




А ведь это похоже на User Story Map...
Правда?

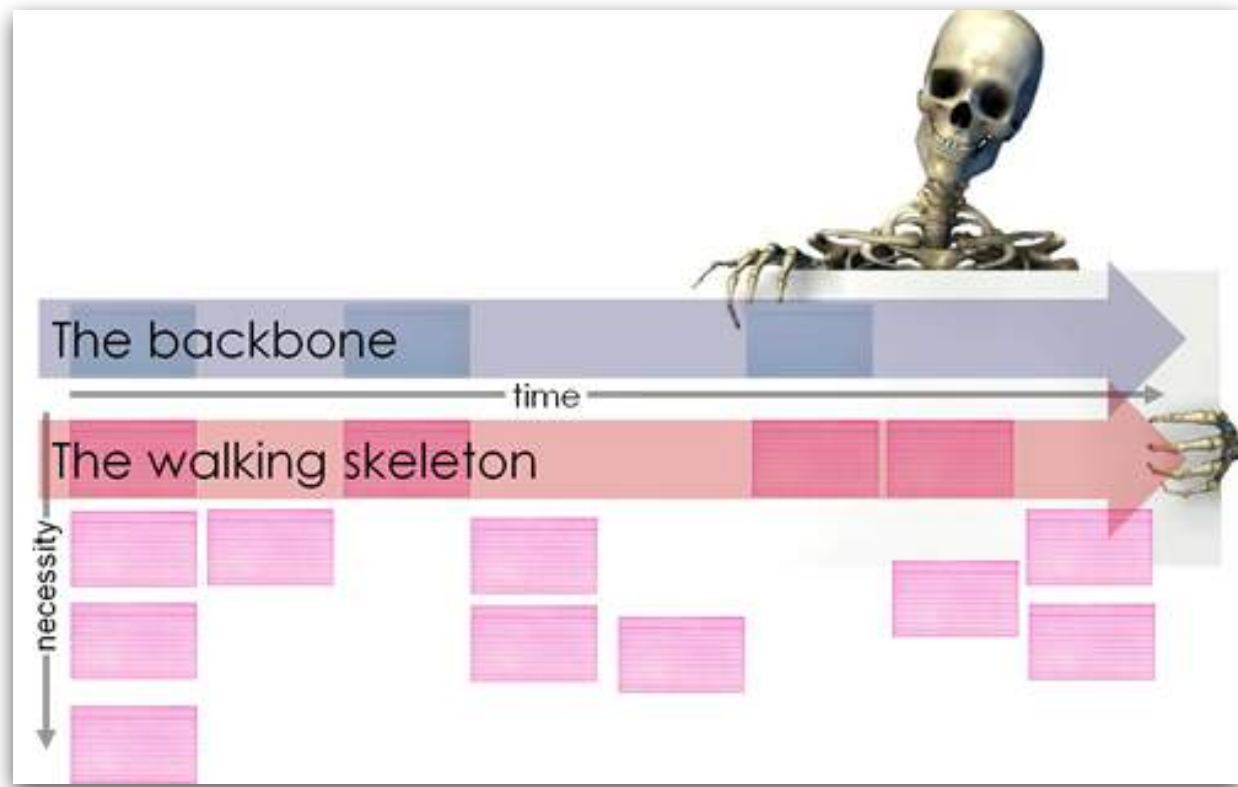


Именно! Это хорошая основа
для Story Map'а...



Jeff Patton

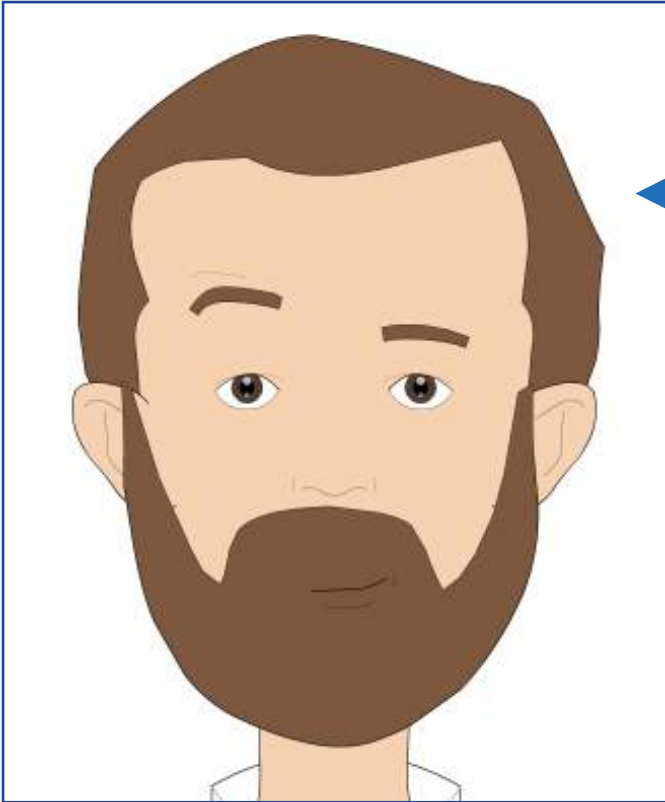




СЦЕНАРИЙ: путь Мини-Трактора.

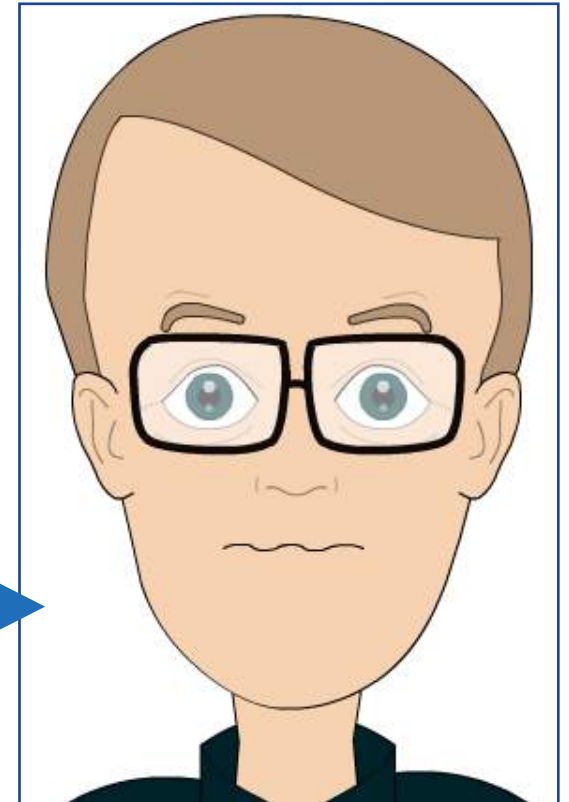
ПОНИМАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ ПОЗВЕЛЕНИЕ ЖЕЛАНИЯ	Анализ возможности рынка	Поиск	Выбор проект Продавца	Заказ, покупка
<ul style="list-style-type: none"> забота о рынке Техника забота о клиенте Мини-трактор 	<ul style="list-style-type: none"> слушай заказчика новости в СМИ бизнес у конкурентов Был на конференции 	<ul style="list-style-type: none"> у друзей спросить 6 Б. обзоры, презентации разместить объявление 	<ul style="list-style-type: none"> сравн. цен условия поставки сервис гарантия 	<ul style="list-style-type: none"> Особые задачи Клиент недоволен 5 минут времени
<ul style="list-style-type: none"> отзывы/реакция 	<ul style="list-style-type: none"> забота о клиенте 	<ul style="list-style-type: none"> нейтрален 	<ul style="list-style-type: none"> нейтрален 	<ul style="list-style-type: none"> рад
<ul style="list-style-type: none"> нужно новое решение 	<ul style="list-style-type: none"> забота о клиенте 	<ul style="list-style-type: none"> цена? характеристики? обзоры? отзывы? качество? 	<ul style="list-style-type: none"> описание то, что мне нужно уточнить цену привести пример не перегружен гарантия 	<ul style="list-style-type: none"> Всё хорошо, заказ Клиент доволен Клиент доволен

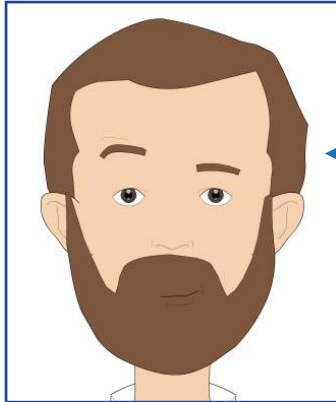
Handwritten notes and sticky notes are present at the bottom of the board.



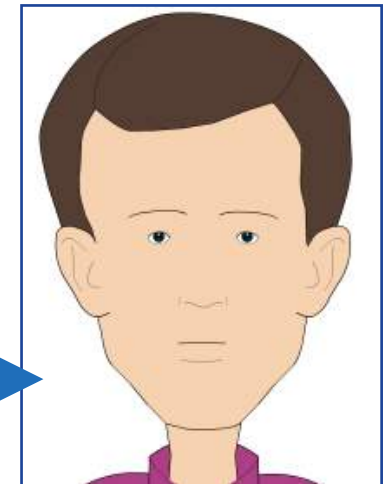
Круто получилось! Сейчас все оценим по трудозатратам и в бой!

Воу-воу, полегче! Ведь не все эти фишки реально нужны пользователям.





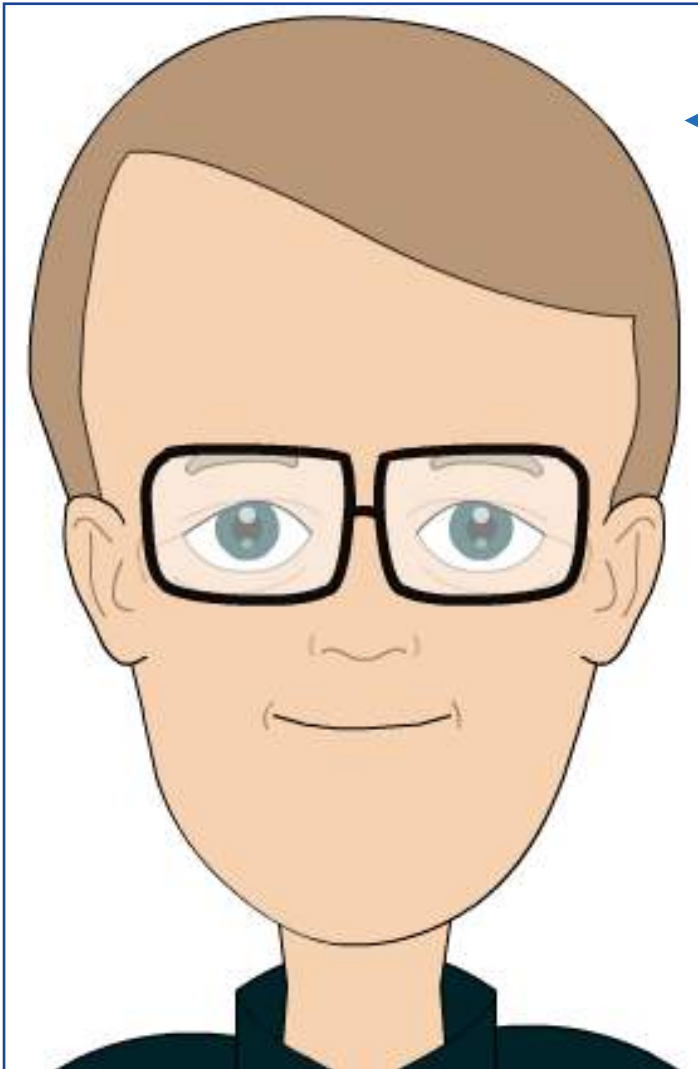
Так а как быть? Пока ведь не
выпустим, не узнаем...



А мы просто спрашиваем у пользователей,
нужна им эта фича или нет...

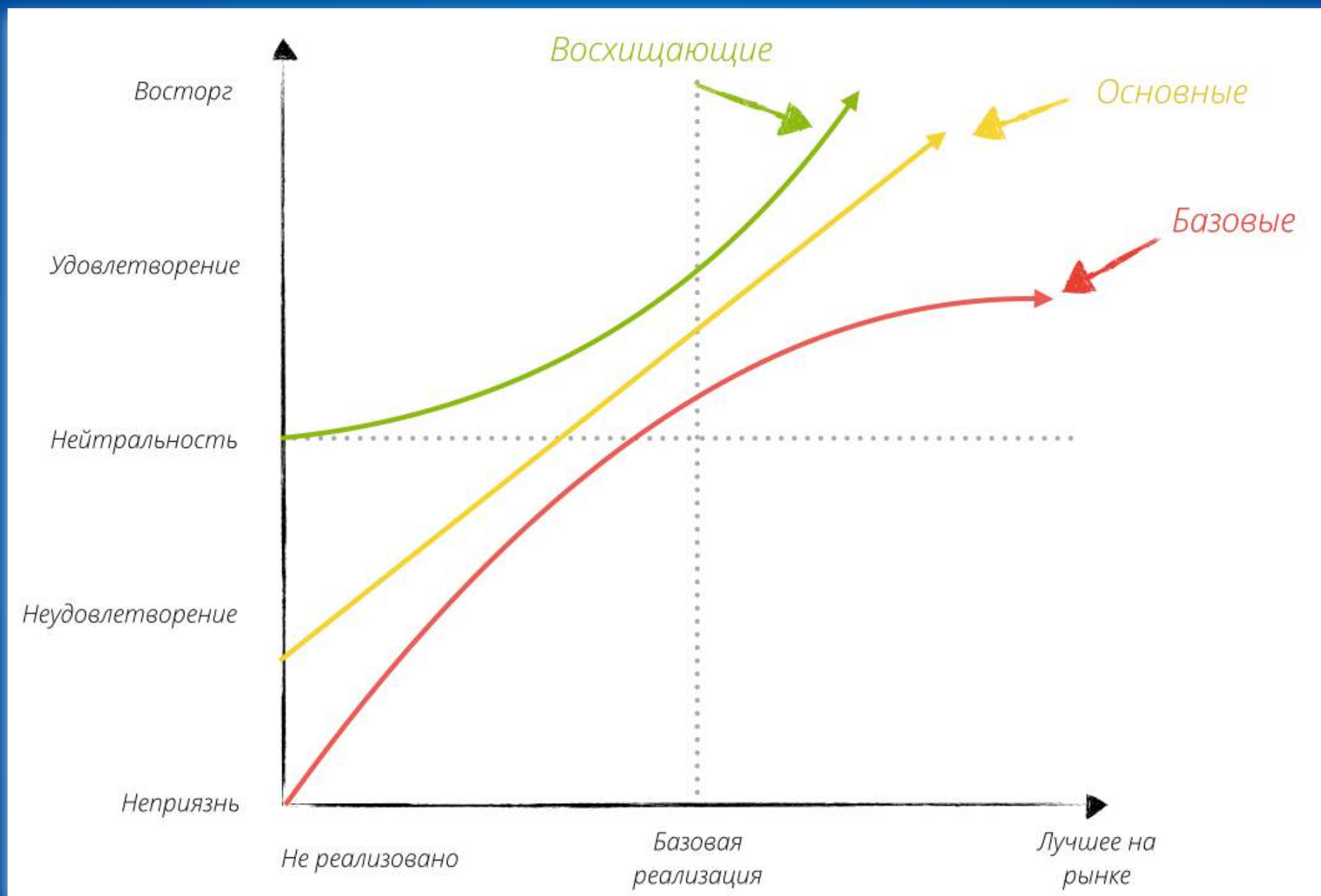


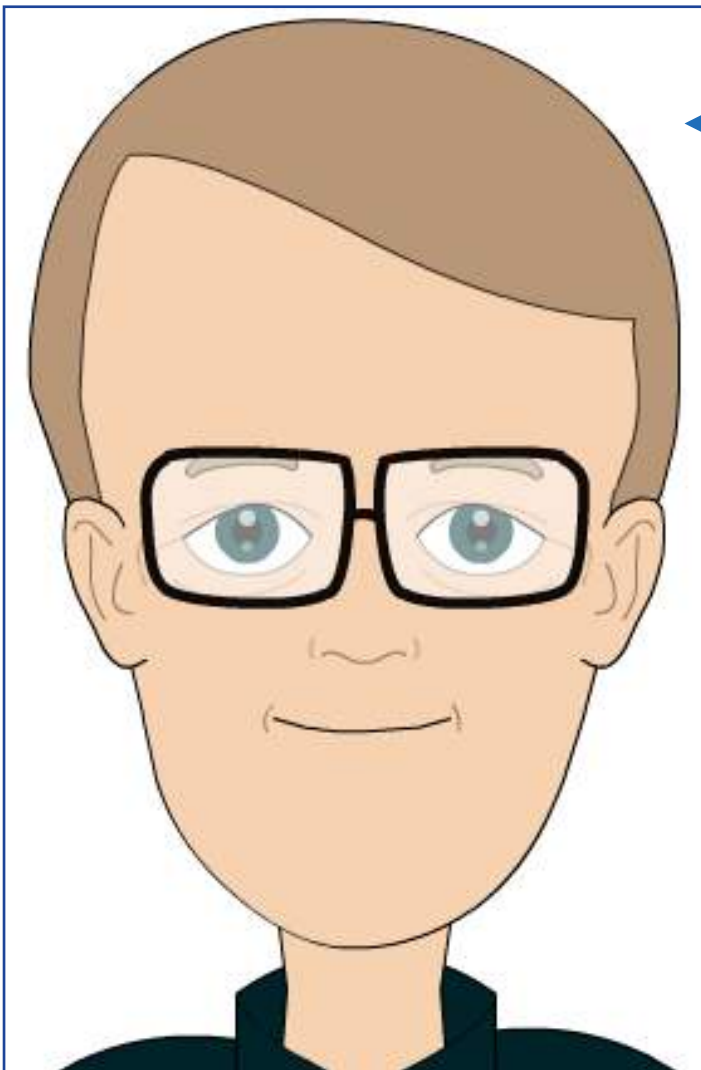
А у нас все Product Owner решает...



Тише-тише. Спрашивать - это хорошо, но вот только не так.

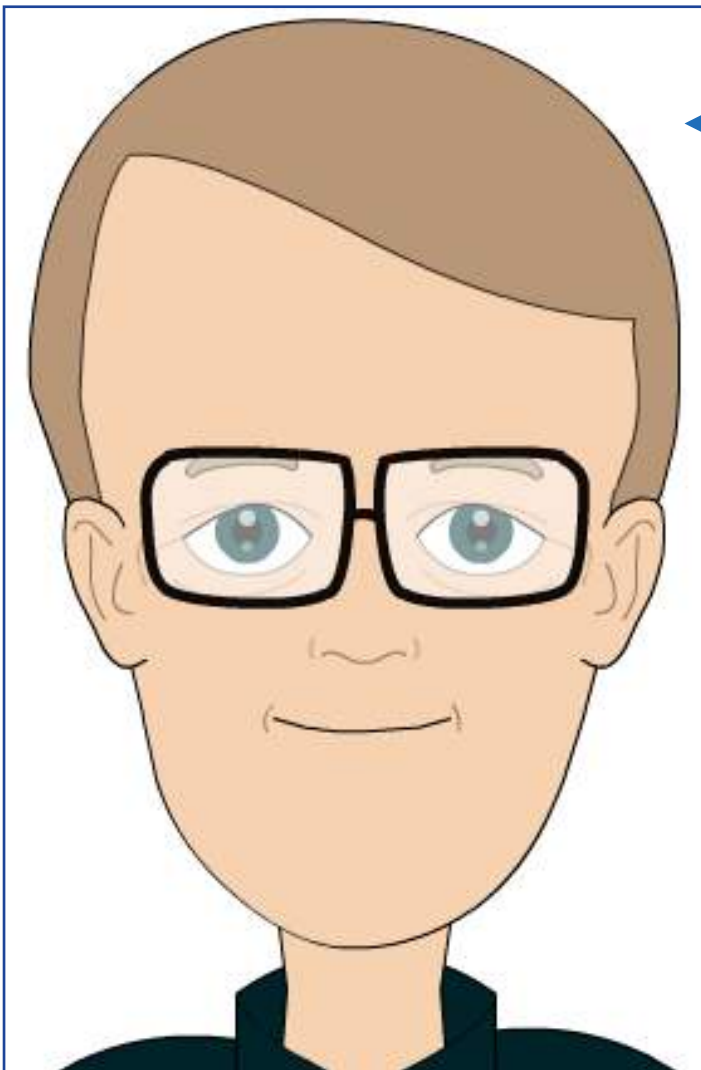
Есть отличный способ - модель Кано.





Задаем два простых вопроса для каждой фичи.

- Как вы относитесь к наличию этого функционала в продукте?
- Как вы относитесь к отсутствию этого функционала в продукте (или он будет выражен слабо)?



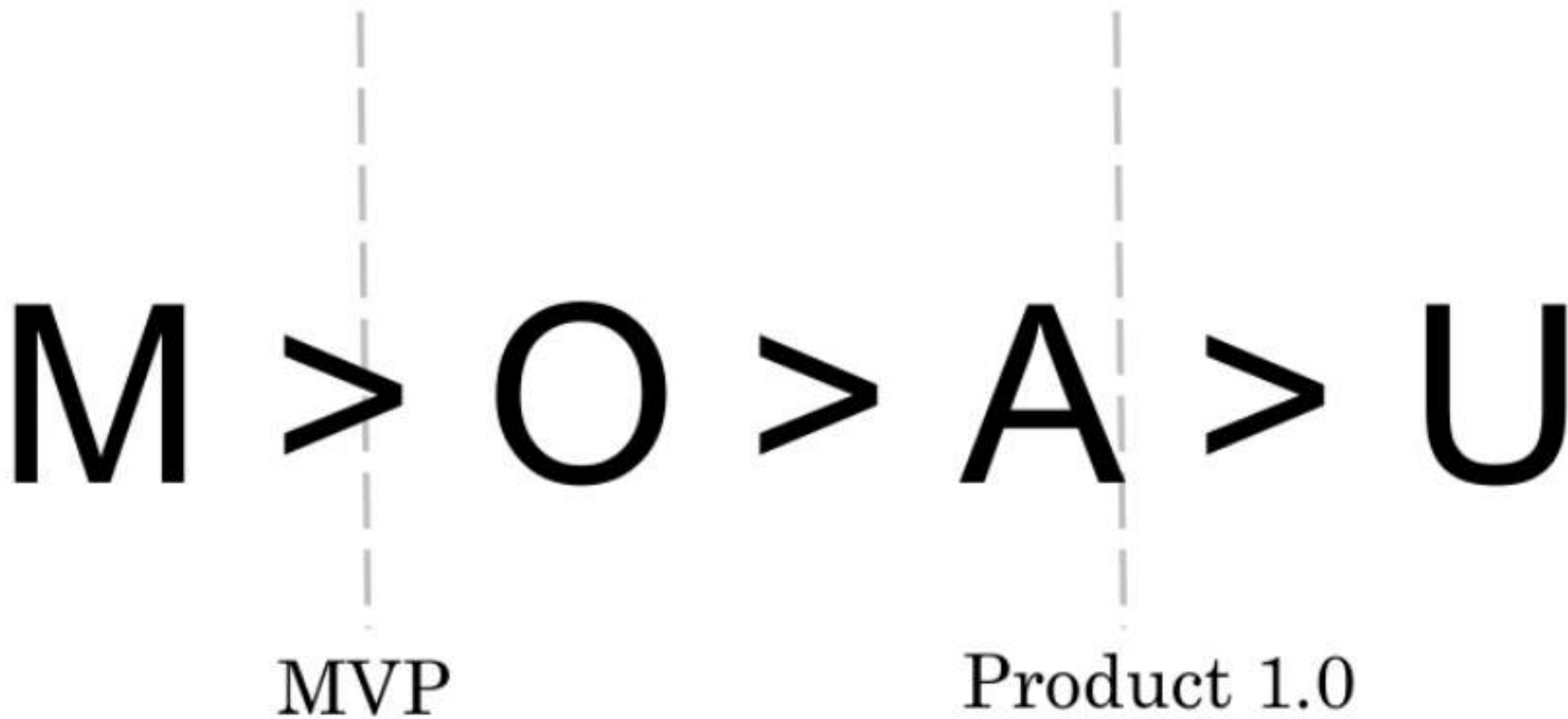
И предлагаем такие же простые ответы
(для каждого вопроса)...

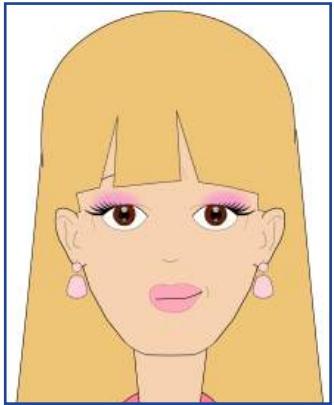
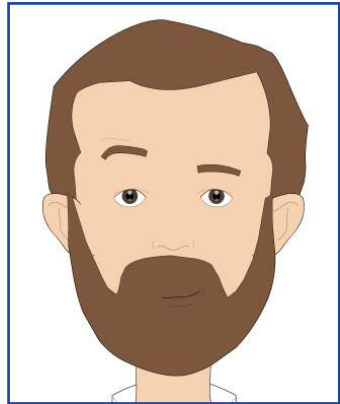
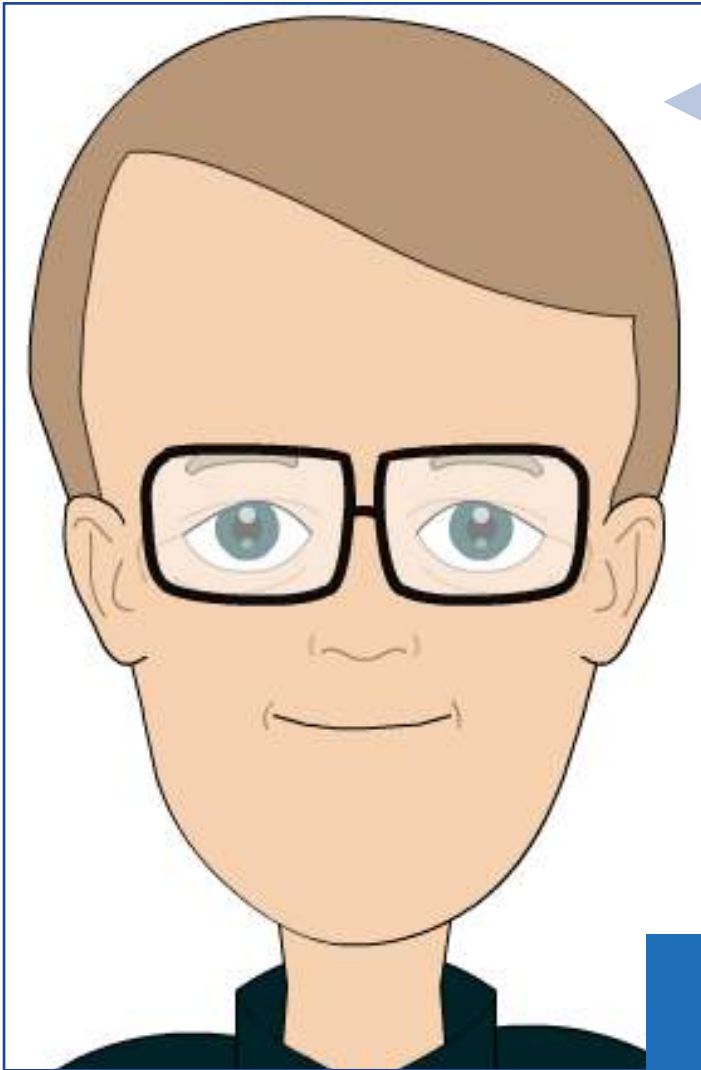
- Мне это **нравится**;
- Я **ожидаю**, что этот функционал будет в продукте;
- Я отношусь к нему **нейтрально** (не особо важно);
- Я **могу** его **терпеть**;
- Мне это **не нравится**.

28% Эти фичи ожидают

	Нравится	Ожидаю	Нейтрально	Могу терпеть	Не нравится
Нравится	- Q	Привлекательные A	Привлекательные A	Привлекательные A	Основные O
Ожидаю	Нежелательные R	Неважные I	Неважные I	Неважные I	Обязательные M
Нейтрально	Нежелательные R	Неважные I	Неважные I	Неважные I	Обязательные M
Могу терпеть	Нежелательные R	Неважные I	Неважные I	Неважные I	Обязательные M
Не нравится	Нежелательные R	Нежелательные R	Нежелательные R	Нежелательные R	- Q

72% Не особо вдохновляющие фичи

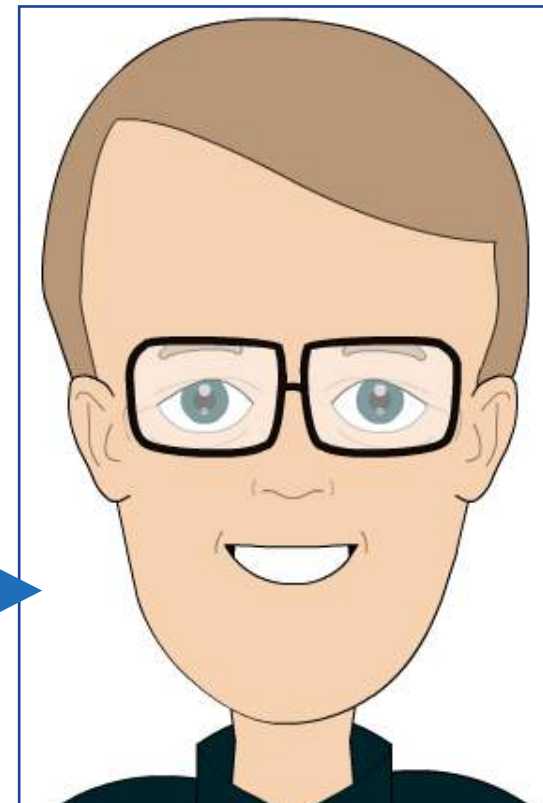




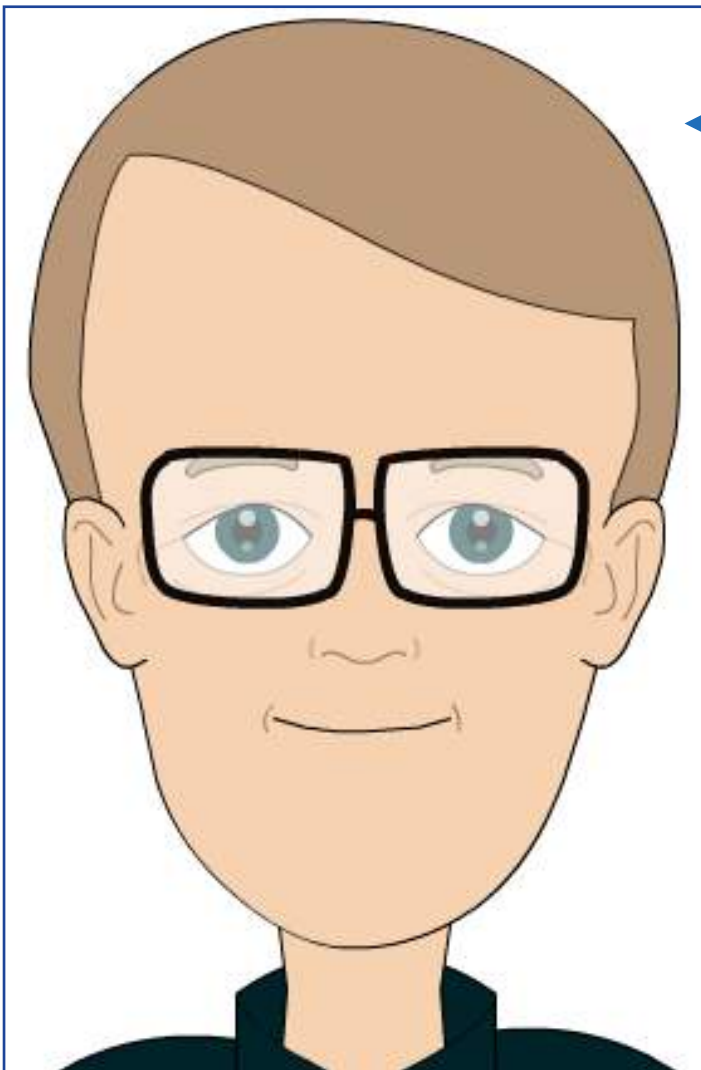
И Семен рассказал, как можно
анализировать результаты опроса.



А вот то, что это все можно проверить -
за это отдельное спасибо!



И никакой магии!



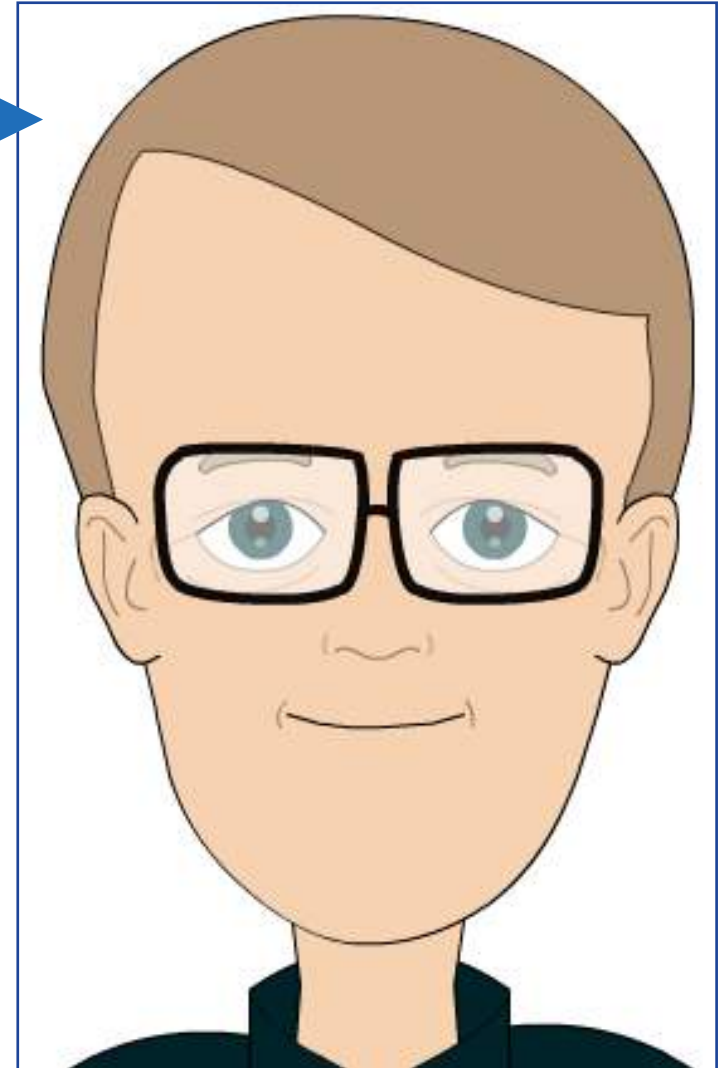
Стратегия дизайна -

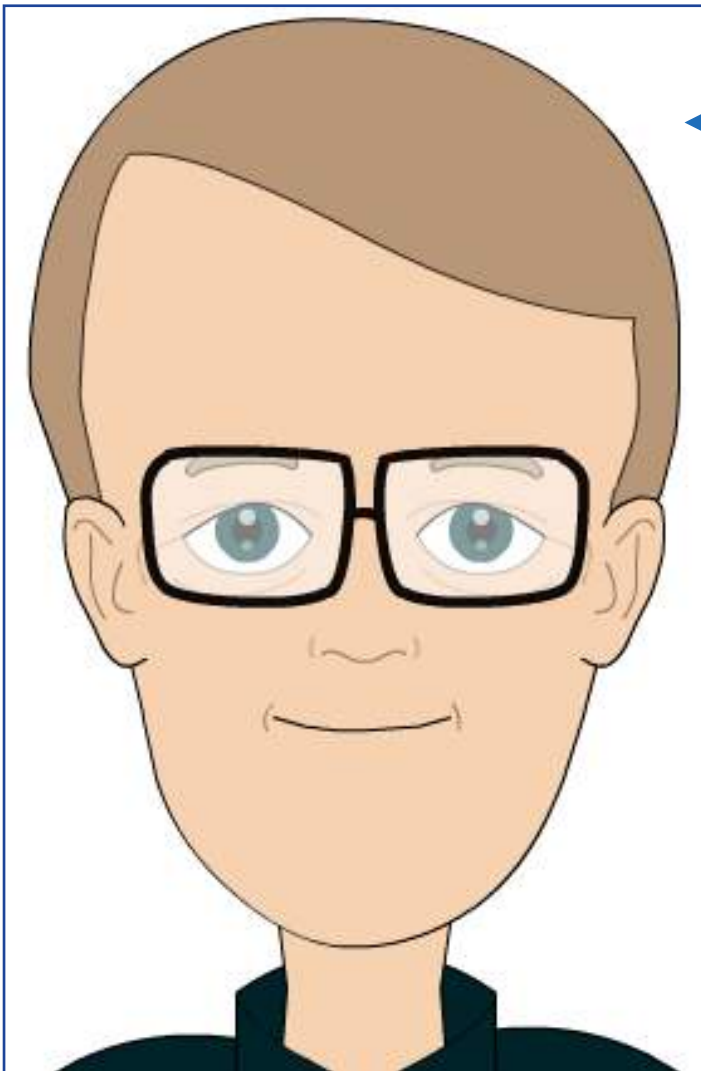
как способ фиксации первых требований с ориентацией на пользователей.

Experience Map -

как способ фиксации цельной картины взаимодействия человека с системой.

Это хорошая основа для Story Map'a.



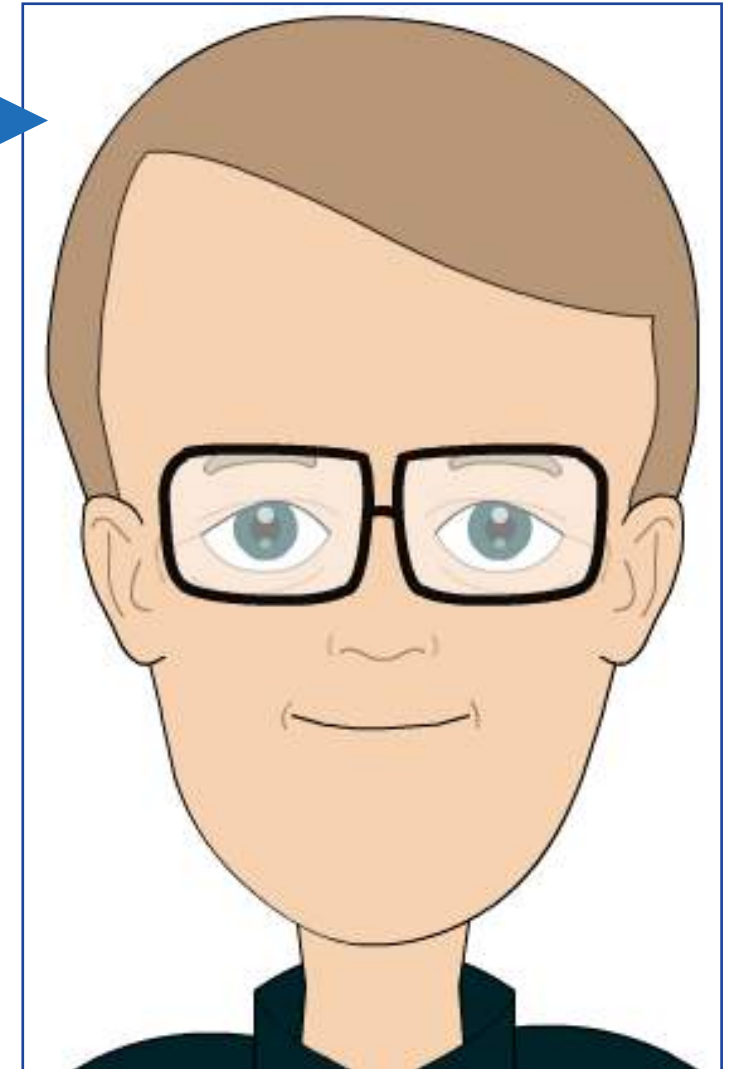


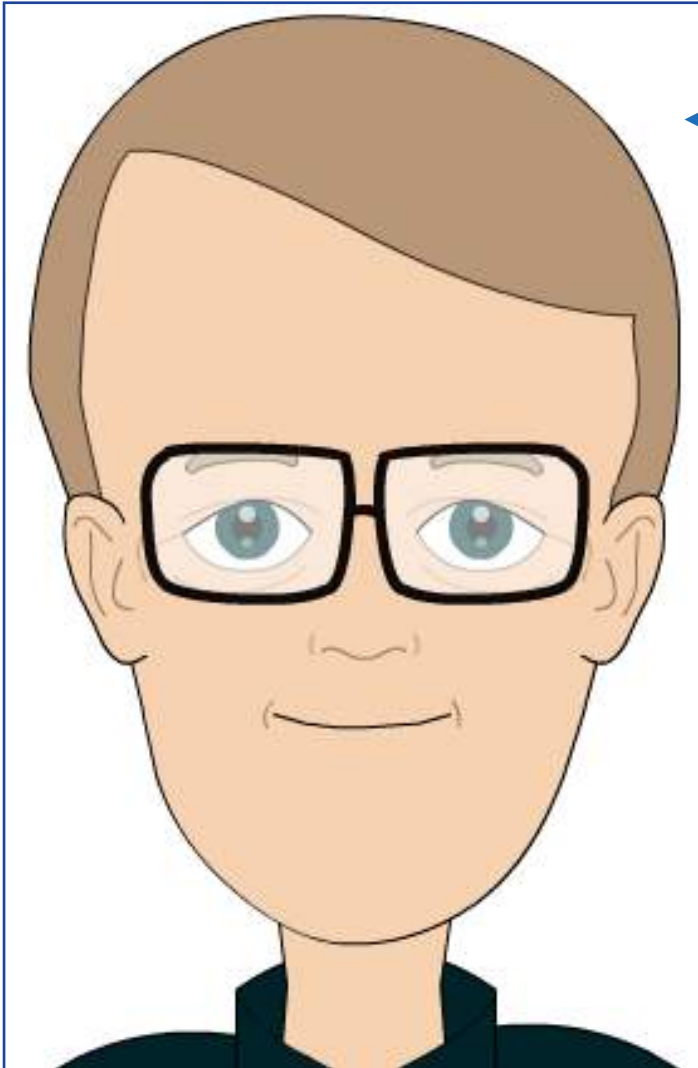
Карта эмпатии -

как способ более глубокого понимания человека.

Impact Map -

помогает проработать цели человека (и бизнеса, конечно) и нагенерировать фичи.

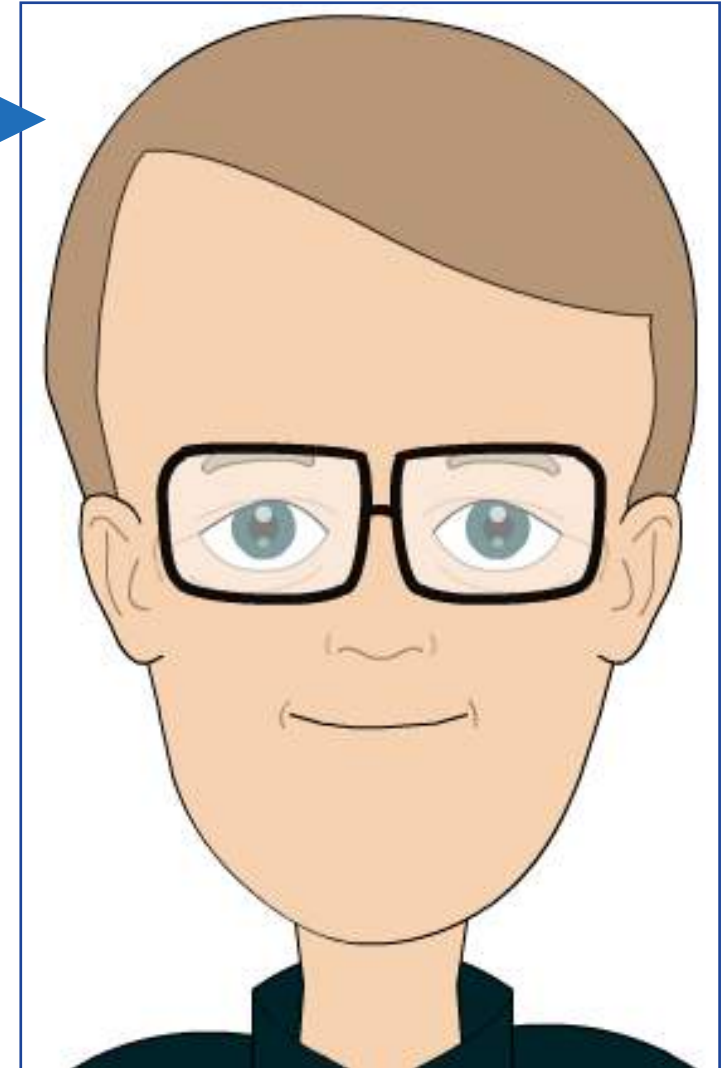




Модель Кано -

помогает оценить ожидания и удовлетворенность от наличия/отсутствия определенного функционала.

Оценка вкусовщины -
помогает (структурированно) оценить
восприятие интерфейса (дизайна).





В реальной жизни



Спасибо!!!